anno 26 n° 12 dicembre 2021

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu

MERCATI ESTERI
I numeri della Spagna

EQUIPMENT
Il futuro delle attrezzature

Foodservice
OCCHI PUNTATI SULLA SOSTENIBILITÀ

In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi

VERSO NUOVI **traguardi**

"L'obiettivo è dichiarato. Mentre scriviamo, l'Italia, così come altri Stati europei, sta decidendo di escludere dalle attività ricreative chi ha scelto di non immunizzarsi varando il cosiddetto Super Green Pass. Chi non l'avrà non potrà andare in bar e ristoranti, una restrizione che anche Fipe manda giù senza se e senza ma, consapevole che qualsiasi misura alternativa alla chiusura vada accolta di buon grado.

Intanto, nonostante l'orizzonte non sia del tutto sgombro dalle incognite, registriamo tantissimi segnali positivi dal nostro settore di riferimento, capace di puntare dritto verso la crescita in molti ambiti. A cominciare dalla ristorazione commerciale che, testimone l'ultima edizione del Foodservice Award Italy, propone format in costante sviluppo, sia che si tratti di player di grosso cabotaggio, sia per quanto riguarda la schiera delle catene più piccole.

Un dinamismo altrettanto apprezzabile arriva anche dalla collettiva che si sta muovendo in un mercato diverso da prima, più difficile per chi quotidianamente deve confrontarsi con volumi in contrazione e costi in aumento, ma per certi versi più denso di opportunità per chi saprà spingere sull'innovazione di processi, servizi e sulla sostenibilità.

Da parte nostra, salutiamo l'avvicinarsi del 2022 segnalandovi fin da ora l'imperdibile due giorni di incontri che abbiamo programmato per il 9 e 10 giugno prossimi. Sarà l'undicesima edizione di quel convegno che ogni due anni Ristorando consegna al mondo della ristorazione moderna come opportunità di confronto e di crescita."

COMITATO PROMOTORE

Rosario Ambrosino • A.D. **Gruppo Elior Italia**
Stefano Biaggi • Presidente e A.D. **Sodexo Italia**
Cristian Biasoni • A.D. **Chef Express** - Presidente **AIGRIM**
Corrado Cagnola • A.D. **KFC Italy**
Sergio Castelli • A.D. **Areas Italia**
Roberto Colombo • Amministratore Delegato **Sebeto**
Massimiliano Fabbro • A.D. **Fabbro** - Presidente **Anir**
Mario Federico • A.D. **McDonald's Italia**
Andrea Laguardia • Resp. di settore **Legacoop Produzione & Servizi**
Chiara Nasi • Presidente **CIRFOOD**
Alberto Niero • Ceo Italia **Lagardère Travel Retail**
Ernesto Pellegrini • Presidente **Gruppo Pellegrini**
Alessandro Pirinoli • Managing Director **Compass Group Italia**
Tommaso Putin • Resp. Pianificazione e controllo **Serenissima Ristorazione**
Massimiliano Santoro • Director Publ. Affairs and Europe Business Dvlp. **Autogrill**
Antonio Savoia • Presidente **Edifis**
Carlo Scarsciotti • Presidente **Angem** Portavoce **Oricon**
Renato Spotti • A.D. **Dussmann Service**
Lino Stoppani • Presidente **Fipe**
Andrea Valota • General Manager **La Piadineria**
Danilo Villa • Direttore Generale **CAMST**
Lino Volpe • Presidente **Gruppo Elior Italia**

Eventi
Per informazioni sul Convegno e sponsorizzazioni: convegni@edifis.it - pubblicita@edifis.it

DICEMBRE 2021

RUBRICHE

Ristorando

Anno 26 - numero 12 - Dicembre 2021

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina • Antonio Duva • Corrado Giannone • Roberto Giannone • Giovanni Lizzini • Davide Moscuzza • Andrea Penazzi • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

Traffico pubblicitario: Francesca Gerbino • francesca.gerbino@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: BOOST SpA • Cenate Sotto (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu

Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Ristorando
una rivista edita da:

EDIFIS S.r.l.
Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

Scuole di Modena: proroga da 3,5 milioni per CIRFOOD

Dal 2012 titolare del servizio, nuova proroga del contratto per la mense scolastiche tra il **Comune di Modena** e **CIRFOOD**. L'appalto dei "servizi di ristorazione scolastica nei nidi d'infanzia, nelle scuole d'infanzia, scuole primarie e nei servizi residenziali e territoriali per la non autosufficienza" è stato esteso fino al 31 agosto 2022, per un valore di 3,5 milioni di euro (3.555.449 per la precisione).
Dopo la prima assegnazione triennale, nel 2015 il rinnovo per altri tre anni con un contratto con l'amministrazione modenese da 20 milioni e 381mila euro complessivi. Quel rinnovo è stato a sua volta prorogato "per consentire l'espletamento delle procedure di gara connesse ad un nuovo affidamento del servizio" fino all'agosto 2019. Nel maggio di quell'anno poi, la Giunta comunale aveva prorogato per un ulteriore anno scolastico il contratto, cui fa seguito ora l'ennesima *prorogatio* volta a "garantire la continuità nella fruizione da parte degli utenti del servizio di ristorazione scolastica e del servizio di ristorazione socio-assistenziale".

Cristina Scocchia sarà la prima donna a guidare illycaffè

Svolta rosa in casa **illycaffè**: **Cristina Scocchia** è stata scelta dal Consiglio di Amministrazione dell'azienda triestina presieduto da **Andrea Illy** per sostituire l'attuale AD **Massimiliano Pogliani** a partire dal 1° gennaio 2022. Nominato nel 2016 e riconfermato nel 2019, Pogliani è stato il primo manager esterno allo famiglia Illy a capo della torrefazione. La scadenza del suo mandato è stata anticipata di 5 mesi dal CdA, accogliendo una sua precisa richiesta, volta a favorire nuove esperienze professionali e ad assicurare una gestione unitaria per l'esercizio 2022, che prevede l'avvio dei processi per la quotazione in borsa della società.
Dal 2017 Cristina Scocchia è amministratore delegato di *Kiko Spa*, azienda italiana di cosmetici; è membro inoltre del CdA di *EssilorLuxottica* e da tre anni fa parte anche del CdA della stessa illycaffè. In precedenza era stata AD e presidente di l'*Oréal Italia* e aveva lavorato in *Procter & Gamble*.

CRISTINA SCOCCHIA,
AD illycaffè

Hamerica's apre il primo pdv italiano 100% plant-based

Hamerica's ha aperto a Bologna il suo primo punto di vendita 100% plant-based: nel locale all'ombra delle Due Torri si servono infatti tutti i grandi cavalli di battaglia del brand, ma rivisitati in chiave vegetale, grazie alla partnership con la spagnola **Heura**.
Il locale, 250 metri quadri con oltre 80 posti a sedere, è collocato in via Zamboni, nel pieno del centro storico.
Come ha dichiarato **Davide Gionfriddo**, ceo di **Foodelicious**, proprietaria del marchio Hamerica's, fin dalla sua fondazione nel 2016 l'azienda ha lavorato su tre aree di sviluppo strategico: innovazione, qualità e sostenibilità. Tre pilastri che oggi si sostanziano perfettamente nel sodalizio con Heura (che con la lista di ingredienti più corta del mercato e di origine mediterranea ha creato materie prime dal gusto inconfondibile), nella qualità della materia prima (dal pane sfornato ogni giorno, alla carne proveniente da allevamenti non intensivi) e nella sostenibilità. Un tema particolarmente sentito fin dalle origini questo: l'azienda impiega materiali di recupero per oltre il 30% per gli arredi e materiali compostabili. A ciò ora si somma anche l'uso di carni vegetali per ridurre ancora di più il carbon footprint della catena. Un risultato che sottolinea anche **Marc Coloma**, co-fondatore e ceo di Heura, secondo il quale la partnership con Hamerica's dimostrerà anche ai consumatori più scettici che mangiare in maniera sana, preservando l'ambiente non vuol dire rinunciare al gusto.

Dopo il -31% nel 2020 ecco le proposte di Confida per il vending

Nel 2020 la chiusura preventiva di scuole, uffici e pubbliche amministrazioni causa lockdown ha provocato una perdita di oltre il 31% di fatturato del settore della distribuzione automatica. Lo dice uno studio *Ipsos* realizzato per **Confida**.
Risultato: l'anno passato si è chiuso con un giro d'affari di 1,6 miliardi di euro (tra mercato del vending e quello dell'ocs-caffè a capsule e cialde) per un totale di 4,4 miliardi di consumazioni in Italia. Quest'anno invece, tra gennaio e agosto si è assistito a una ripresa (+9,21%) rispetto allo stesso periodo del 2020. A trainare il mercato il caffè (+12,13%) e l'acqua (+10,88%), ancora una volta i prodotti più consumati ai distributori automatici. Tuttavia, il settore è ancora lontano dalla situazione pre-Covid e, rispetto allo stesso periodo del 2019, registra una contrazione del 15,17%. Quali i rimedi e le misure per sostenere il comparto? Secondo il presidente dell'Associazione Italiana Distribuzione Automatica **Massimo Trapletti** non ci si può limitare a una strategia basata solo sui divieti, come quello della plastica monouso: per accompagnare le aziende verso la sostenibilità occorrono incentivi e i 150 milioni di euro previsti nella Finanziaria 2022 sono non bastano. Serve invece sostenere le imprese nella transizione digitale, incentivando un sistema di rottamazione dei distributori automatici che rilanci le tecnologie made in Italy del settore.
L'associazione del vending chiede anche di rivedere la proposta sui Criteri Ambientali Minimi (CAM), vale a dire le linee guida per il Green Procurement, in fase di definizione presso Ministero per la Transizione Ecologia che, sempre a detta di Trapletti, così applicati stravolgerebbero tutti gli aspetti principali della distribuzione automatica nella pubblica amministrazione, che rappresenta il 18% del fatturato del settore. Infine, nel contesto della riforma del Codice Appalti, si chiede di riformare le concessioni pubbliche, dove i canoni che sono arrivati al 60-70% del costo dell'intera concessione, il che rende spesso i bandi antieconomici.

MASSIMO TRAPLETTI, presidente Confida

Pescaria arriva con il suo fast food di pesce a Trento

Il primo fast food di pesce in Italia è arrivato a Trento: qui **Pescaria** aprirà il suo decimo ristorante tra la fine del 2021 e l'inizio del 2022. Il nuovo pdv sarà collocato nel centro storico della città, in Largo Carducci, nei locali che prima erano occupati dalla Cremeria Milano. Pescaria è un format nata nel cuore della provincia barese: il primo store è stato inaugurato a Polignano a Mare nel 2015 dall'attuale AD del marchio **Bartolo L'Abbate**, dallo chef – Bib Gourmand nel 2012 a soli 32 anni – **Lucio Mele** e dal CMO **Domingo Iudice**. L'obiettivo dei tre è presto detto, lato sviluppo: portare Pescaria in tutte le principali città d'Italia, anche dove la cultura del pesce non c'è, puntando sui più giovani, il target di consumatori più alla ricerca di novità. In Pescaria a Trento lavoreranno circa 25 persone. All'interno del locale i posti a sedere saranno circa 70 più lo spazio esterno.

Manovre nel food delivery: Doordash compra Wolt

Doordash, la più grande piattaforma per la consegna di cibo degli USA, ha ufficializzato l'acquisizione della finlandese **Wolt**. Dopo il round E da 530 milioni di dollari dello scorso gennaio, la startup scandinava realizza adesso una exit da primato: a fronte di un esborso da 8,1 miliardi di dollari (7 miliardi di euro) diventa di proprietà del colosso californiano del delivery.
Attraverso questa operazione, Doordash potrà entrare nei 23 mercati europei presidiati da Wolt (che continuerà a operare sotto il proprio marchio), specie nel nord e nell'est del Vecchio Continente, ma anche in Grecia, a Malta e in Israele.

Burgez porta l'hamburger "schifoso" a Verona

Mentre secondo indiscrezioni la proprietà sta cercando un partner azionario che ne assecondi lo sviluppo, l'hamburger "schifoso" di **Burgez** sbarca anche a Verona. Collocato in via della Valverde 27, il 19° ristorante del format che ha fatto della comunicazioni irriverente e provocatoria un marchio di fabbrica, proporrà alla clientela hamburger realizzati con carni accuratamente selezionate, salse originali home made e pane di produzione americana. L'ulteriore ampliamento della rete del brand prevede un terzo locale a Roma entro la fine dell'anno, testimoniando la scalabilità del modello del fast food di qualità fondato da **Simone Ciaruffoli** e **Martina Valentini**.

A Elior nuovo appalto per la refezione scolastica in Liguria

È stato ufficialmente affidato a **Elior** il servizio di refezione scolastica delle scuole statali dell'infanzia e primaria dei comuni convenzionati di Cipressa e Costarainera, in provincia di Imperia, per gli anni scolastici 2021/2022 e 2022/2023.
L'azienda milanese si è aggiudicata l'appalto per un importo contrattuale di 203.600 euro oltre iva, pari alla somministrazione di 40mila pasti al prezzo di 5.09 euro ciascuno.

Pescatorum: a Milano la prima location del format

LORENZO MOTTOLESE,
Founder

Un po' negozio di quartiere, un po' ristorante con un pizzico di asporto e delivery: ecco gli ingredienti di **Pescatorum**, il format con cui **Lorenzo Mottolese**, già socio e co-fondatore di **miscusi**, si lancia in una nuova impresa. Il brand si propone come punto di riferimento del pesce di qualità in tutte le sue varianti. Negli oltre 200 mq del negozio meneghino si inizia dal banco del pesce fresco (con la sezione della macelleria di mare, con ricette pronte da mettere in forno), si passa all'area pesce crudo e crostacei, quindi si accede al "market" con una selezione di gastronomia di mare, da almeno 30 piatti, e di conserve ittiche. Spazio poi ai congelati di qualità, con l'angolo pokè, per finire con una selezione di vini e ingredienti per cucinare il pesce a casa.
Freschezza e sostenibilità sono al centro del progetto, secondo Mottolese. Il locale si serve infatti non solo dal mercato ittico di Milano, ma ha realizzato diversi accordi con pescatori e produttori regionali, dalla Sicilia alla Liguria. Tutto il pesce arriva comunque dal Mediterraneo, area Fao 27. Il locale si configura come un market aperto tutto il giorno, che propone anche cibo, da consumare in loco ma anche da asportare o consegnare: di qui la nascita dell'ecommerce, sia per farsi portare la spesa a casa, sia per la delivery, ma solo per alcuni prodotti che si prestano al trasporto, primo fra tutti il pokè.

Sirio: più tempo per il piano del concordato

Sirio Spa, azienda specialista nella gestione del catering commerciale nel settore ospedaliero, ha reso noto che, nell'ambito della procedura di concordato preventivo con riserva in continuità aziendale, il Tribunale di Ravenna ha concesso una proroga 60 giorni, fino al 20 gennaio 2022, per la presentazione della proposta e del relativo piano. La procedura era stata avviata dopo la revoca degli amministratori da parte del Tribunale, a seguito di un esposto del collegio sindacale. Revoca confermata dal Tribunale lo scorso 15 luglio col rigetto del ricorso presentato dai vecchi amministratori.

Mensa scolastica presidio di educazione alimentare

Per oltre il 40% delle famiglie italiane, la mensa scolastica è un luogo fondamentale per promuovere l'educazione alimentare: lo rivela uno studio *The European House – Ambrosetti* per **Elior**, che individua poi le 8 policy proposal per migliorare il servizio.
Nel paper "Il contributo della ristorazione collettiva al benessere e alla sostenibilità delle generazioni future", tra le proposte sono inclusi suggerimenti per favorire una vera e propria evoluzione di sistema, finalizzati a far evolvere il mondo della ristorazione scolastica da mero fornitore di servizi ad abilitatore di una nuova cultura alimentare, oltre a proposte di innovazioni di carattere strutturale tra cui una revisione dei criteri di assegnazione degli appalti, che vadano nella direzione di un maggiore focus sulla qualità e sullo standard del servizio a livello nazionale, rispetto ai criteri di convenienza economica. Infine, il documento evidenza anche alcune declinazioni operative per i principali interlocutori dell'ecosistema scolastico: per le istituzioni la necessità di creare un piano di investimenti su tutto il Paese, per le scuole l'inserimento dell'educazione alimentare come materia obbligatoria e, per le famiglie, la strutturazione di progetti di formazione e informazione.
Ma non è tutto: il ruolo fondamentale della mensa scolastica per il benessere dei più piccoli è chiaramente individuato anche nella ricerca condotta da Elior in collaborazione con *SWG* intitolata "La qualità del servizio di ristorazione scolastica nella percezione dei genitori", da cui emerge che oltre il 40% delle famiglie ritiene cruciale il valore educativo della scuola dal punto di vista alimentare. Se infatti oltre il 70% degli intervistati mostra attenzione alla qualità del cibo consumato, quasi uno su cinque ammette di non riuscire a gestire correttamente l'alimentazione dei figli a casa e quasi il 25% evidenzia abitudini scorrette.
La maggioranza delle famiglie si ritiene soddisfatta del servizio mensa e addirittura la totalità del campione ritiene che, a fronte di quanto erogato, il pasto dovrebbe avere un costo di almeno un terzo in più rispetto ai valori attuali.
A conferma della centralità della refezione scolastica, due famiglie su tre indicano come la qualità di questo servizio sia stato un fattore determinante nella scelta della scuola da far frequentare ai figli.

Il rilancio (con franchising) di California Bakery è servito

Dopo l'acquisizione da parte del *Gruppo Orlean Invest Holding*, che fa capo all'imprenditore **Gabriele Volpi**, **California Bakery** è pronta al rilancio in grande stile, all'insegna di due numeri: 100 e 50. La catena made in Italy di dolci e cucina ispirata alla tradizione made in USA si è data infatti due obiettivi: un fatturato totale di 100 milioni di euro e l'espansione sul territorio nazionale mediante il programma *Cb Franci*, che prevede la ricerca di 50 potenziali franchisee del format.

Il fatturato year to date dei negozi aperti, da gennaio a ottobre 2021, è di 3,9 milioni, in progressione del 4,3% rispetto al 2020 ma ancora al di sotto rispetto al 2019, che si era chiuso a 7,5 milioni. È da questi numeri che parte la disamina di **Carlo Lazzarini**, presidente di **Cb Taste**, proprietaria del brand. Per il quale, l'obiettivo del Gruppo è di passare dagli attuali 14 a 30 pdv di proprietà, per arrivare poi a 50 locali in franchising entro 12 mesi. Le strutture di Cb Taste e della **Orlean Invest Holding** garantiranno agli ispiranti affiliati supporto logistico e formativo costante in termini di know-how e back office, offrendo al contempo consulenza finanziaria.

Location ad alta visibilità e affluenza in tutta la Penisola, nelle grandi città in primis, quindi poli universitari e mete turistiche: sono questi i pilatri del programma di concessione dell'uso del brand ai nuovi licenziatari. Che potranno sviluppare tre diverse tipologie di format: nuove aperture di 100-150 metri quadrati, di 150-200 metri quadrati oppure riconversione di attività pre-esistenti quali bar, pub ed enoteche di metrature differenti. Oltre a potersi avvalere della *Farm* di California Bakery a Milano, il futuro franchisee potrà contare su standardizzazione e innovazione tecnologica dei processi produttivi garantiti dalla casa madre. Dove ogni giorno i piatti dolci e salati vengono preparati per il 70%, per essere poi inviati in tutti gli store dove sono completati per il restante 30%, con la cottura, l'assemblaggio e le guarnizioni.

Niente certificato per i menu vegani a scuola (e non solo)

Per avere un menu vegano e vegetariano a scuola non servirà un certificato medico: basterà la richiesta di un genitore. La decisione è resa ufficiale dal decreto ministeriale pubblicato in *Gazzetta Ufficiale* riguardante le "Linee di indirizzo nazionale per la ristorazione ospedaliera, assistenziale e scolastica". Si cancella così ogni diversa interpretazione data da alcune amministrazioni comunali, che in passato avevano chiesto appunto il nulla osta del medico o del pediatra. Il provvedimento, firmato dal ministro della Salute, **Roberto Speranza**, con i ministri della Transizione Ecologica, **Roberto Cingolani** e delle Politiche Agricole Alimentari, **Stefano Patuanelli**, stabilisce nella premessa che "la prescrizione medica non si riferisce alle diete per fini etici, culturali, religiosi". Secondo la *Lav*, Lega anti-vivisezione, con questa decisione è "stato respinto ogni tentativo di scoraggiare le scelte etiche alimentari rendendo obbligatoria la certificazione medica per chi chiede menù vegano o vegetariano".

A onor del vero, fin dal 2010 le Linee Guida (e in seguito una nota chiarificatrice emanata nel 2016) stabilivano che "non essendo una malattia, la scelta etica e culturale vegana o vegetariana di una persona, di una famiglia, così come le scelte alimentari religiose, non sono sindacabili né attestabili o certificabili da un medico".

Nhood prepara 20 aperture (anche food) entro fine anno

Oltre 10.000 mq di GLA in più andranno a rinnovare l'offerta food, fashion e home di 20 centri commerciali sui 47 gestiti da **Nhood** in Italia.

Sul fronte dell'offerta f&b in particolare, la società di gestione e servizi immobiliari, specializzata in trasformazione di spazi e quartieri in luoghi di vita a uso misto, entro la fine del 2021 creerà 650 metri quadrati di GLA con negozi a marchio **I Love Poke**, che apriranno nei centri commerciali *Molinetto* (Mazzano, Brescia), *Giotto* (Padova), *Vicenza*, *Casamassima* (Bari), *Grande Sud* (Giugliano in Campania, Napoli), *Venaria* (Torino), *Porte di Sassari*, *Olbia Mare*, *Le Ancore* (Porto S. Elpidio, Fermo), *Porte di Pescara*, *Vulcano Buono* (Napoli), *Etnapolis* (Catania).

Altri 2.000 mq di GLA riguardano pdv a insegna Pepco (abbigliamento) e 7.000 a marchio Portobello (elettronica).

Tornando al fronte f&b, attraverso lo sviluppo nelle sue strutture commerciali di I Love Poke, Nhood prosegue nella sua politica di innovazione sul versante del food, che rappresenta uno degli ingredienti centrali della sua mission: trasformare i tradizionali luoghi d'acquisto in lifestyle center ricchi di aggregazione, incontro, scambio e intrattenimento.

Fipe lancia la Carta dei valori della ristorazione

In occasione dell'annuale assemblea della **Federazione italiana pubblici esercizi**, il presidente **Lino Enrico Stoppani** ha presentato la *Carta dei valori della ristorazione*. Per rilanciare la filiera agroalimentare, il documento, curata da **Davide Rampello** e sottoscritto da **Fipe**, **Confagricoltura**, **Coldiretti**, **Unione Italiana Food**, oltre che da **Siae** per il ruolo della musica nei pubblici esercizi, propone un tavolo di coordinamento che funga da regia per il raccordo e l'integrazione tra agricoltura, industria alimentare, distribuzione e ristorazione. Sottolinea poi la necessità di interventi di breve periodo, a partire dalla decontribuzione dei salari a tempo determinato, o almeno fino al termine della crisi pandemica, fino alla revisione del decreto Flussi, indispensabile per il reperimento di manodopera. Strumenti necessari per sperare di poter guardare al futuro con ottimismo, nonostante lo spauracchio dell'inflazione e della ripresa dei contagi.

Sono questi anche i temi salienti toccati nel corso della tradizionale assemblea annuale di Fipe, aperta dal presidente Stoppani, alla presenza del ministro del Turismo, **Massimo Garavaglia** e del presidente nazionale di **Confcommercio**, **Carlo Sangalli**.

La Carta nasce dall'esigenza, condivisa da tutti i partecipanti all'assemblea, di un patto di filiera tra ristoratori, produttori e agricoltori.

Il rinnovo del contratto nazionale di categoria, in scadenza il 31 dicembre, sarà un passaggio decisivo per affrontare i problemi del settore, ma parallelamente per la Fipe sono necessari interventi di breve periodo. L'obiettivo principale, tuttavia, è quello di ricostruire la fiducia in un comparto che per guardare al futuro sa di dover investire anche sulla digitalizzazione e sullo sviluppo di servizi sostenibili. Strumento strategico per facilitare questa trasformazione 4.0 saranno i bandi contenuti nel Pnrr riservati alle imprese del turismo, primi tra tutti quelli sull'ammodernamento e sull'efficientamento energetico. Una quota di questi fondi potrà essere richiesta anche dai pubblici esercizi, come assicurato dal ministro del Turismo.

Con Kebhouze Gianluca Vacchi sbarca nel food

Dai balletti virali alla cucina kebab, (sempre) passando dai social: il noto imprenditore e influencer **Gianluca Vacchi**, apre Kebhouze, la prima catena fast food a base della pietanza araba. Si parte da Milano e Roma con 5 opening in contemporanea: 3 all'ombra della Madonnina in corso Buenos Aires, in via Paolo Sarpi e a Porta Genova, e 2 a Roma, all'interno del centro commerciale *Euroma2* e a via Ostiense. Ed è solo l'inizio: altre 20 aperture sono già programmate in tutta Italia e all'estero per il 2022. "Quando mi hanno descritto il progetto ho colto immediatamente l'enorme potenziale del format: nel 2021 è molto difficile avere un'idea così innovativa in un settore maturo come quello del food": così Vacchi che ha deciso di investire in una idea che gli è stata sottoposta da un gruppo di giovani ragazzi italiani.
L'iniziativa è in effetti una novità assoluta: sia per la modalità del lancio (5 tagli nastro nello stesso momento) che nel prodotto prescelto: in un mercato dove sono nate e hanno proliferato catene basate sulle più disparate proposte food, Kebhouze è la prima a puntare sul kebab. Che verrà offerto in due versioni: di pollo 100% italiano o di black angus. Quest'ultima opzione rappresenta una novità nella novità, e fa il paio con la possibilità di ordinare burger di kebab, caesar salad, oltre che gustare un'ampia selezione di fritti come i nuggets, i chicken popcorn, gli onion rings e le patatine fritte. Un'attenzione particolare è inoltre stata dedicata in fase di costruzione del progetto e di selezione dei prodotti al tema della sostenibilità ambientale: il food packaging è completamente eco-friendly, comprese le acque naturali in tetrapack brandizzate Kebhouze.
Anche sotto il profilo della sostenibilità economica locale, la catena di Gianluca Vacchi ha optato per una valorizzazione delle aziende italiane, da cui viene fornita tutta la carne, e dei produttori locali.

Anir: frenare la rincorsa dei prezzi nella collettiva

MASSIMILIANO FABBRO, presidente ANIR

In una fase cruciale per la discussione delle nuove regole sugli appalti pubblici e la definizione della legge di bilancio, il mondo della ristorazione collettiva chiede al Governo una particolare attenzione sul delicato tema dell'aumento dei prezzi. Il fenomeno infatti si traduce in un ulteriore aggravio nella gestione degli appalti in momento di grande crisi dettata dalla pandemia e da altri fattori, come l'incremento dei costi energetici e il rispetto, anche questo oneroso, dei criteri minimi ambientali. Sono queste le alcune delle considerazioni fatte da **Massimiliano Fabbro**, presidente di **ANIR-Confindustria**, l'associazione nazionale delle imprese di ristorazione collettiva aderenti a *Confindustria Servizi Hcfs*. Date le premesse, l'imprenditore lombardo avanza a nome dell'associazione una richiesta precisa alle istituzioni politiche: la rinegoziazione degli appalti ope legis per i contratti di servizi soprattutto pubblici, che hanno visto il radicale mutamento delle condizioni di esecuzione. Ciò alla luce del fatto che, secondo Fabbro, le stazioni appalti non tengono presente gli investimenti che le imprese impegnano sul tema della sostenibilità, e che i prezzi determinati su base *Anac* e *Istat* andrebbero urgentemente adeguati al reale costo delle prestazioni.

Restaurant Brands acquisisce Firehouse Subs per 1 miliardo

Restaurant Brands International, il colosso dei fast food canadese nato nel 2014 in seguito al takeover di **Tim Hortons** da parte di **Burger King**, acquisisce, a fronte del pagamento di 1 miliardo di dollari, **Firehouse Subs**, catena della Florida specializzata in sandwich. Si tratta del quarto brand che va a inserirsi nel portfolio di Restaurant Brands, che secondo voci di mercato aveva da tempo adocchiato la possibilità di espandersi acquisendo nuove catene attive nel quick service: Firehouse Subs può vantare circa 1.200 pdv negli Stati Uniti, la maggior parte dei quali affiliati, e un aumento del 20% delle vendite negli ultimi due anni. L'accordo di transizione dovrebbe chiudersi nei prossimi mesi e pare che sarà portato a termine attraverso una combinazione di finanziamento a debito e contante. **Jose Cil**, ceo di Restaurant Brands International, ha commentato l'acquisto sottolineando l'enorme potenziale del brand appena acquisito.

Il gusto di fare la pausa.

Come a casa tua.

La pausa pranzo è un momento di gusto e benessere.
Noi di Elior offriamo tutti gli ingredienti, dalla qualità e la freschezza delle materie prime alla cura del servizio, per trascorrerla in modo sano e bilanciato, senza rinunciare al piacere di un piatto buono come quello preparato a casa.
Così c'è più spirito ed energia per affrontare al meglio il resto della giornata.

Hospes

Tra innovazione e tradizione Sona affida la ristorazione a scuola

Il **Comune di Sona** ha affidato il servizio di ristorazione delle scuole a un raggruppamento di imprese costituito da **Vivenda Spa** e **Bottega del Buongustaio** con sede a Bussolengo. I caterer prepareranno una media di 350 pasti giornalieri, più di 50.000 in un anno scolastico al costo medio di 4 euro a carico delle famiglie, cui si aggiunge il contributo comunale per pasto che oscilla tra gli 0,30 e gli 0,70 euro. L'ammontare complessivo del lotto di gara per il periodo 2021/2024 è dunque pari a 1.111.772 euro. Tra le novità dell'appalto, presso tutte le sedi scolastiche sono state installate lavastoviglie per il lavaggio dei piatti di melamina, le posate e i bicchieri che sostituiscono così le plastiche monouso. La sostenibilità è infatti uno dei must del servizio, il cui costo a carico delle famiglie è rimasto invariato.
Accanto all'innovazione di servizio, spazio alla tradizione a tavola: menu studiati nel rispetto di tradizioni religiose o necessità speciali, che comprendono ad esempio un piatto tipico della zona: il lesso con la panà.

Il "local delivery" di Alfonsino va in Borsa

Dalla Campania alla Borsa di Milano: **Alfonsino** approda a Piazza Affari. La domanda di ammissione dell'app di food delivery con core nella zona campana è stata presentata sul listino Euronext Growth Milan (AIM Italia), quello dedicato alle piccole e medie imprese ad alto potenziale di crescita.
L'operazione prevede un aumento di capitale attraverso emissione di massime 2.500.000 azioni, in sottoscrizione nell'ambito di un collocamento privato. La forchetta di prezzo è stata fissata tra un minimo di 1,50 euro e un massimo di 1,80 euro per azione, per una capitalizzazione pre-money compresa tra 15 milioni e 18 milioni di euro.

"Vogliamo cogliere l'opportunità della quotazione in Borsa, non soltanto per consolidare la leadership nelle città già presidiate, ma anche per rendere il nostro servizio sempre più orizzontale, offrendo prodotti appartenenti a differenti categorie merceologiche" ha sottolineato **Domenico Pascarella**, presidente e cmo di Alfonsino. "Ma soprattutto vogliamo raggiungere una copertura di servizio sempre più capillare sul territorio italiano".

La cucina di Helbiz da Milano approda a Roma

Prima Milano, adesso Roma: arriva nella Capitale la cucina di **Helbiz**, dove il player nato nel 2015 a New York (quotato al Nasdaq) che ha come core business la micromobilità elettrica (monopattini, biciclette, motorini), ha siglato una collaborazione con **Ita Airways**, in virtù della quale metterà a disposizione di tutti i dipendenti dell'azienda l'esperienza culinaria firmata Helbiz Kitchen, sviluppando così un nuovo servizio di ristorazione aziendale.
Più in dettaglio, **Helbiz Kitchen** è una linea di business dedicata alla preparazione e alla consegna a domicilio di piatti e portate. Il servizio è stato lanciato per la prima volta a Milano la scorsa estate. In pochi mesi, gli addetti al servizio sono diventati 50, con l'obiettivo di arrivare fino a 80, mentre l'area di consegna si è estesa fino a 50 chilometri quadrati. Helbiz Kitchen si basa su una cucina di quasi 2mila metri quadrati in zona viale Washington, dalla quale è possibile ordinare nello stesso momento, con un'unica transazione e con un'unica consegna, ricevendoli in tempi rapidissimi, sei tipologie di menu differenti: pizza, hamburger, insalata, poke, sushi e gelato.
Si è così concretizzata l'idea alla base della start up: sviluppare Helbiz Kitchen sia dal punto di vista b2c sia b2b, usando Milano come banco di prova del business rivolto ai consumatori. Dato l'ottimo riscontro, il player si propone ora anche a Roma al mondo aziendale. Helbiz Kitchen aprirà quindi presso l'headquarter di Ita Airways a Roma Fiumicino a fine anno e darà modo ai dipendenti di scegliere il proprio pasto da diversi menu, prenotandolo e ritirandolo direttamente in mensa oppure facendoselo consegnare in ufficio. Con l'avvio di questo nuovo progetto, a Roma verranno creati 40/50 posti di lavoro.

I Love Poke arriva anche a Orio con Areas-MyChef

I Love Poke, la catena fondata da **Rana Edwards** e **Michael Lewis** che si è aggiudicata il *Foodservice Award Italy 2021* nella categoria "Ristorazione a tema", è approdata per la prima volta in aeroporto. Il brand a tutto pokè ha esordito ad Orio al Serio, in collaborazione con **Areas Italia** – **MyChef**. Lo sbarco nel travel retail fa parte di un piano di espansione più ampio del brand di ristorazione, che punta ormai ai 100 locali. Negli stessi giorni, ha aperto i battenti il 13esimo ristorante a Milano, in via Manara, ma l'espansione presidia tutti i canali, compresi centri commerciali, e viene operata anche attraverso piccoli corner nella Gdo e in alcune palestre, o anche sperimentando i "food truck" negli outlet.

Un contesto

gravido d'incognite

Chi conquisterà il titolo di "parola dell'anno 2021"?
Fino a qualche settimana fa la risposta a questo interrogativo appariva scontata. Anche per gli osservatori più distratti, infatti, la scelta sembrava ristretta a due sole opzioni. "Virus" la prima; "Sostenibilità", l'altra.
Per il Covid-19, l'estate era risultata una stagione tutta da dimenticare: il calo dei contagi e delle vittime avevano costretto il perfido morbo a una retromarcia; le notizie sul suo andamento cominciavano a scivolare verso le pagine interne degli organi d'informazione mentre, a suo disdoro, fioccavano editoriali e inchieste tutti a base di: "siamo in clima post-pandemico!". Ma ben presto cortei e adunanze di no-vax e no green pass e lo scatenarsi, non solo in Europa, di una violenta "quarta ondata", hanno purtroppo ridato vigore all'epidemia: negli ospedali si torna a rafforzare le terapie intensive e cresce ovunque la preoccupazione.
Quanto alla sostenibilità – un'esigenza ormai indiscutibile – è stata assunta come criterio rilevante di giudizio sia nel campo produttivo che in quello della difesa dell'ambiente ed è il filo rosso che unisce migliaia di iniziative in tutto il mondo; la sostenibilità, non a caso, è stata la nota dominante del vertice delle venti grandi potenze economiche, svoltosi a Roma a fine ottobre, e nella Cop-26 sull'ambiente tenuta subito dopo a Glasgow. Quest'ultima è stata una riunione dagli esiti importanti, pur se inferiori alle attese: non si è risolta, malgrado tante critiche superficiali, in uno sterile "bla, bla, bla"; al contrario, l'assise scozzese è stata la tre giorni scozzese ha rappresentato una spinta verso quella "transizione ambientale e sostenibile" che, per quanto necessaria per rendere il mondo più vivibile, pone problemi complessi per i suoi riflessi, a cominciare da quelli sull'occupazione, che non sono certo da sottovalutare. È un grande tema, insomma, per il nostro futuro: per risolverlo, di sicuro, non basta urlare qualche slogan.
A Glasgow sono stati fissati due punti rilevanti: il coinvolgimento dei mercati finanziari nella svolta verde e l'assunzione di impegni precisi, in questo campo, da parte di un numero record di Paesi.
Tanto il virus che la sostenibilità, dunque, possono vantare titoli consistenti per aspirare a imprimere il loro marchio – nel male o nel bene – sull'anno che si sta per concludere.
Ma entrambi devono fare i conti con un terzo incomodo che potrebbe, inatteso, afferrare lo scettro di protagonista sul palcoscenico del 2021: l'inflazione. La corsa al rialzo di molti prezzi era, in verità, partita già da parecchi mesi, ma le banche centrali ne avevano ridimensionato la portata, assicurando che si trattava di un fenomeno transitorio. L'americana Fed, la BoC di Pechino e la Bce avevano concordemente assicurato che si trattava solo di un effetto della ripartenza dell'economia, dopo la stasi imposta dalla pandemia. Tesi che, con il trascorrere dei mesi, è risultata sempre meno convincente. I rincari dei prodotti energetici hanno causato, tra luglio e settembre, un netto rallentamento dell'economia cinese mentre negli Usa, a ottobre, il tasso dell'inflazione ha raggiunto il 6,2 per cento: il livello più alto degli ultimi 30 anni. Per non parlare del rincaro dei noli marittimi e delle strozzature nella fornitura di prodotti, come i

semiconduttori, che causano difficoltà a molti settori della manifattura.
La pressione inflazionistica in Europa è meno incalzante (il tasso medio di aumento dei prezzi dell'area è del 4,1%) ma ugualmente desta preoccupazioni. Christine Lagarde, presidente della Bce ha infatti riconosciuto (15 novembre) che l'inflazione "è aumentata più di quanto avessimo previsto a settembre" e, per frenarla, "occorrerà più tempo di quanto originariamente atteso". Ma, purtroppo, di tempo non ne abbiamo prima che le aspettative di aumento dell'inflazione (che scoraggia i consumi e dà una spinta al rialzo dei salari) si consolidino. La conseguenza più spinosa della questione "inflazione" è che provoca una divaricazione fra le strategie con cui Fed e Bce si propongono di affrontarla. La banca centrale degli Usa appare sempre più orientata a un aumento dei tassi (che, tra l'altro, avrebbe l'effetto di rafforzare il dollaro rendendo meno oneroso l'accesso degli Stati Uniti a materie prime estremamente care ma fondamentali per l'industria tecnologicamente più avanzata). La Bce invece, per ora, è riluttante a una scelta del genere che frenerebbe la ripresa dell'area euro e metterebbe a rischio i Paesi a più alto indebitamento, in prima fila l'Italia. Ma molti si chiedono quanto a lungo possa resistere la Bce a una scelta della Fed che dovrebbe maturare a inizi 2022. In ogni caso si può dire che le due banche centrali – snobbando i primi segnali di rincaro dei prezzi – hanno, per un eccesso di prudenza, compiuto una scelta imprudente, dato che ha scosso la loro credibilità in un momento, come l'attuale, nel quale è proprio la credibilità ad essere cruciale. Contro un eccesso d'inflazione è noto, infatti, che l'antidoto più efficace è la capacità delle istituzioni finanziare di influenzare le scelte di imprese e famiglie: esattamente il contrario di quel che sta avvenendo.
Ha preso corpo così un contesto gravido d'incognite e, per qualche risvolto anche paradossale. I maggiori centri di ricerca sono concordi nell'affermare che la ripresa è proseguita anche nel terzo trimestre dell'anno. I livelli di fiducia, sia fra i consumatori sia per gli imprenditori, restano elevati per vaste aree del globo, inclusi Stati Uniti ed Europa e l'Istat si spinge a prevedere che si possa tornare, entro i primi mesi del 2022, ai livelli toccati prima dell'esplosione della pandemia. Per l'Italia, in particolare, basta citare l'ultimo rapporto del Centro Studi Confindustria nel quale si afferma: "La manifattura italiana ora è la locomotiva d'Europa" (Corriere della Sera, 21 novembre). Potrebbe apparire un giudizio pericolosamente trionfalistico se non fosse in linea con quanto sostenuto da Ocse e Fondo monetario internazionale e, più ancora, con le stime di recente diffuse (11 novembre) dalla Commissione Ue che ha rivisto al rialzo le previsioni sulla crescita europea e, soprattutto, italiana. Se queste previsioni, tenuto conto che la corsa dei rincari probabilmente continuerà, non siano un po' troppo rosee per essere del tutto attendibili, lo verificheremo presto.
Intanto sarà meglio pensare che, nel passaggio tra il vecchio e il nuovo anno, a dominare il campo (e da seguire con attenzione) non sarà una sola parola ma due: virus e inflazione.

Antonio Duva

Ok, il cibo è **(anche) giusto**

Resa più forte e urgente dalla pandemia, anche nel fuoricasa italiano la sostenibilità sta assumendo un ruolo centrale nel modo di fare impresa e nella proposta food&beverage

di Massimo L. Andreis

La notorietà, l'immagine e l'appeal del nostro Paese si basano su molti pilastri: l'arte, la cultura, la storia, la moda, il design e – forse e soprattutto – il cibo.
Il ruolo e l'importanza che la tradizione e l'offerta culinaria italiane hanno assunto negli ultimi anni sono ben chiari anche a chi fa ristorazione, che si sente, deve sentirsi investito quindi anche di una responsabilità pubblica
Proprio il senso di questa responsabilità ha portato **Fipe**, che rappresenta il mondo dei pubblici esercizi italiani, a redigere il *Manifesto della Ristorazione Sostenibile*, perché quella della sostenibilità in tutti i suoi aspetti, valoriali ed economici, è la sfida fondamentale del presente anche nel mondo del food&beverage. La salvaguardia del pianeta, il risparmio delle risorse non rinnovabili, la riduzione delle emissioni di CO_2 e dello spreco alimentare: sono tutti ingredienti della sostenibilità. Una parola che oggi, al di là dei contenuti ambientali, ha anche risvolti etici, ricomprendendo in sé il rispetto della

legalità innanzitutto, ma anche la salvaguardia di un modo etico di fare impresa. Per il mondo della ristorazione questo significa certamente garantire il rispetto del cliente offrendogli prodotti e servizi adeguati alle sue aspettative, senza scorciatoie e furbizie. Ma si traduce allo stesso tempo nel riconoscere e valorizzare coloro che – dai produttori fino al personale di sala – contribuiscono con il loro lavoro e il loro impegno alla soddisfazione del cliente e al successo dell'impresa. Senza tralasciare la necessità di assicurare la trasparenza dei menu e dei prodotti utilizzati, la sicurezza nella conservazione e nella preparazione degli alimenti. Tutto questo è per la ristorazione italiana un dovere civile, ma l'applicazione delle buone pratiche della sostenibilità rappresenta anche un'eccellente occasione per rendere il fuoricasa tricolore ancora più trasparente e attrattivo.

L'abc

Ma quando un ristorante è sostenibile? E coniugare la sostenibilità e il buon cibo è possibile? Come diventare sostenibili?
Il punto di partenza è ovviamente assumere un atteggiamento rispettoso per l'ambiente, anche quando siamo a tavola. Di qui la necessità di un nuovo approccio che si basa su semplici procedure così come su tecnologie innovative, portando benefici all'ambiente, alla nostra salute e al modo stesso di fare ristorazione.
La sostenibilità non si traduce solo in un impatto minore sull'ambiente ma anche nell'incrementare i vantaggi di natura socio-economica di che opera nel foodservice. È qui che sta la sfida: coniugare le buone pratiche con migliori performance aziendali, riducendo i costi fissi di gestione.
Per abbracciare la sostenibilità, ogni ristorante deve introdurre piccoli accorgimenti in diversi ambiti: alimenti, energia, rifiuti, qualità del lavoro e trasporti. Per ciascuno di tali aspetti della vita e della gestione di un ristorante, per andare verso la sostenibilità occorre scegliere i prodotti giusti (km zero, filiera corta, commercio equosolidale, marchi tutelati, produttori locali e bio), gestire in modo ottimale il menu (per evitare sprechi, seguendo la stagionalità, etc), selezionare fornitori sostenibili, organizzare lo stoccaggio del magazzino, usare fonti di energia rinnovabili, pianificare azioni di pulizia con materiali e detersivi appropriati, sviluppare un piano di manutenzione adeguato, apportare cambianti nella struttura, nei materiali degli arredi e in quelli usati per la somministrazione il consumo e il trasporto dei cibi, nonché, last but not least, informare la clientela degli sforzi compiuti in direzione della sostenibilità.

Pescaria

E dell'informazione della clientela ha fatto un punto fondamentale della propria strategia di marketing **Pescaria**, il format nato nel 2015 a Polignano a Mare (BA) e fondato sul concetto di ristorazione veloce e moderna con al centro il prodotto ittico. Ebbene, la creatura di Bartolo **L'Abbate**, storico commerciante ittico pugliese, chef **Lucio Mele** (Bib Gourmand nel 2012 a soli 32 anni) e **Domingo Iudice**, tra i 100 direttori marketing italiani di successo secondo *Forbes*, è stata la prima azienda italiana a essere inserita negli *Earnings Call* di *Facebook*, i rapporti trimestrali interni del social redatti dai top manager, per aver dato valore all'economia territoriale creando posti di lavoro. Di questa capacità di utilizzo dei social il brand si è quindi servito per comunicare urbi et orbi l'importanza data alla sostenibilità: Pescaria è il primo format in Italia completamente plastic free, anche nella delivery: da dicembre 2018 ha scelto infatti di rinunciare alla plastica monouso risparmiandone 7 tonnellate al mese per punto vendita.
Posate e bicchieri sono in PLA, materiale derivato dal mais, 100% biodegradabile e compostabile. Non solo: Pescaria ha aderito e sostenuto gli eventi di Legambiente "Puliamo Polignano" e "Spiagge e Fondali Puliti", promuovendo una raccolta fondi con il recupero di oltre 100 pneumatici sommersi sul fondale sabbioso della località balneare, organizzando quattro giornate per pulire i lidi pugliesi insieme a volontari, cittadini e clienti. Aderendo poi al *Sustainable Restaurant Program*, l'insegna ha ottenuto la certificazione Friend of the Sea, che prevede la promozione di buone pratiche di consumo ecosostenibile del prodotto ittico, favorendo attività di pesca e acquacoltura certificate.
Nel nuovo menu ci sono infatti ombrina, orata, spigola Cromaris e Cobia, pesce bianco di altissima qualità allevato in ambienti privi di stress e senza ormoni, coloranti e pesticidi.
Si tratta di un insieme di atout che hanno fatto vincere proprio a Pescaria il premio speciale as-

segnato nel corso del **Foodservice Award Italy 2021** per la sostenibilità.
Dopo Verona e Trento nella seconda metà del 2021, nel 2022 sono previste le opening di Padova e Parma. A quel punto il marchio punta a un'espansione nell'area teutonica: Austria, Germania, Belgio e Lussemburgo le prime tappe dello sviluppo Oltralpe.

Pizzikotto

Pizzikotto, format di casa **Cigierre**, è presente in Italia con 33 locali sparsi sull'intero territorio nazionale. Solo uno è in franchising. Ciò si traduce in 700 addetti a livello rete. Lo scontrino medio si attesta intorno ai 16 euro. Pizzikotto nasce con l'idea di sostenibilità già alle origini. "*Ogni giorno siamo impegnati nel ridurre la produzione di rifiuti e stiamo lavorando per arrivare al 100% del packaging asporto compostabile, buona parte lo è già. Molti dei complementi d'arredo dei nostri ristoranti vengono da oggetti di recupero a cui viene data nuova vita all'interno dei locali*", spiega **Daniele Crucil,** direttore Marketing e Comunicazione della Compagnia Generale di Ristorazione. "*Oltre a questo, ci impegniamo concretamente ad ascoltare e a essere vicini ai fornitori per incoraggiare progetti comuni con impatto sociale, supportandoli nelle eventuali esigenze di produzione e costruire insieme relazioni a lungo termine capaci di generare valore*".

Pizzium

Pizzium oggi conta 22 locali sparsi sul territorio nazionale, tutti in diretta, che danno lavoro a 250 persone in Italia. Lo scontrino medio è di 18 euro circa. Fatto 100 il numero di prodotti food venduti, le pizze rappresentano circa l'85%. La scelta dei forni è legata all'attenzione per la sostenibilità: "*Abbiamo scelto di utilizzare dei forni elettrici che non prevedono combustione con gas o legna, garantendo un basso impatto ambientale. Siamo anche molto attenti alle richieste dei nostri consumatori e lavoriamo ogni giorno per ricercare e proporre sviluppi sempre nuovi*", sottolinea l'AD **Stefano Saturnino**. "*Per questo viviamo in modo proattivo anche le tendenze di mercato. Abbiamo di recente aggiunto tra i nostri ingredienti la bufala senza lattosio, frutto di 6 mesi di test per identificare il prodotto giusto insieme al caseificio Le Colonne, dove le mozzarelle vengono delattosate per 24 ore, grazie ad enzimi e senza alcun procedimento chimico, mantenendo tutto il loro sapore e l'alta qualità*".

Ham Holy Burger

"*Abbiamo due pilastri fondamentali, uno è quello dell'ecosostenibilità: già da due anni abbiamo deciso che per noi è fondamentale per cui all'interno dei locali e nel packaging non abbiamo del materiale usa e getta e nulla che non sia biodegradabile al 100%*", dice **Franco Manna**, patron dell'hamburgeria che ha 10 locali attivi.
Se sugli allevamenti ci sono polemiche perché molto spesso si dice non possano essere sostenibili, Manna assicura che la carne de La Granda è prodotta in modo compatibile con il rispetto dell'ambiente: si tratta infatti di un allevamento non massivo, con animali non ammassati nei capannoni ma che vivono liberi in fattoria. "*La produzione è di altissima qualità e a tal proposito bisognerebbe dire l'idea che la carne e gli allevamenti siano qualcosa di non politicamente corretto è un grande errore*", riprende Manna.
"*In Europa c'è un consumo pro capite di 260 litri di latte l'anno e 65 kg di carne.*
Ovviamente l'idea di quelli che

vorrebbero eliminare totalmente gli allevamenti bovini non è…. sostenibile: è un'idea folle perché si eliminerebbe anche un altro prodotto fondamentale per la nostra vita che è il latte. Noi però abbiamo fatto una scelta sostenibile al 100% sia nell'usare questo tipo di allevamenti sia nei materiali".

McDonald's

Dal 2019 **McDonald's** ha dato il via a un percorso di eliminazione della plastica monouso dal packaging dei suoi locali lungo lo Stivale, che hanno superato quota 630. Al posto della plastica, si impiegano materiali più sostenibili, come la carta. Questo percorso ha già coinvolto i tappi e le cannucce per le bibite fredde, le posate, la confezione del *McFlurry®* e delle insalate. Un piccolo cambiamento che permette al colosso del fast food di risparmiare 1.000 tonnellate di plastica ogni anno dagli imballaggi. Non basta: nei pdv italiani, il 100% del packaging in carta è rinnovabile, riciclato o certificato.

"*Per noi è fondamentale adottare una corretta gestione dei rifiuti prodotti nei nostri ristoranti, migliorando la quantità e la qualità della raccolta differenziata*", sostengono dalla casa madre italiana. "*Rifiuti che possono avere una seconda vita, se recuperati e valorizzati correttamente*". L'impegno di McDonald's in questo ambito comincia dall'utilizzo di nuovi contenitori per rifiuti nelle sale e nei dehor dei ristoranti, continua con la formazione del personale e si estende fino all'educazione dei consumatori. Un percorso a 360° con un obiettivo finale: riciclare il 100% del packaging usato dai clienti.

Big Mac ha anche istituito delle giornate dedicate ad attività di raccolta dei rifiuti abbandonati e di riqualifica ambientale nei territori dove il littering è un problema concreto: parchi, strade, spiagge, piazze.

Caffè Pascucci

Il 70% del listino dei locali **Caffè Pascucci** è composto da prodotti biologici. Di qui lo studio di soluzioni plastic free per tutti i locali della catena romagnola, ben 650, in Italia e nel mondo.

Nasce invece nel cuore dell'Africa il nuovo progetto biologico e sostenibile del marchio. Una miscela di caffè arabica provenienti da Burundi ed Etiopia che è stata presentata nel corso dell'ultimo *Sigep* di Rimini. Un progetto rivoluzionario quello dell'azienda di Monte Cerignone, che va al di là della semplice produzione del blend *Mama Africa*.

Secondo **Mario Pascucci**, amministratore delegato dell'azienda di famiglia – che conta 110 dipendenti e con la sola torrefazione ha fatto registrare un fatturato di oltre 22 milioni di euro – il progetto africano, realizzato in un centro sperimentale denominato *Kawasili*, ha 4 obiettivi rivoluzionari: lavorare un caffè del Burundi con il metodo naturale, un prodotto che oggi sul mercato non esiste; sensibilizzare e sostenere direttamente gli agricoltori a unirsi in cooperative organizzate aiutandoli nella certificazione biologica. Quasi tutti i piccoli produttori in Burundi non fertilizzano e non utilizzano antiparassitari: per questo sono già quasi tutti biologici senza saperlo e non sono dunque consapevoli del fatto che il loro prodotto può avere più valore. Kawasili si occuperà di certificarli. La quarta rivoluzione sarà nel pagamento: troppo spesso, una volta che gli uomini burundesi incassano il denaro dalla vendita dei loro prodotti agricoli, si recano in città e sperperano la maggior parte dei proventi.

Panini Durini

Panini Durini ha cominciato a operare nel 2011, prendendo il nome dalla via in cui apriva la prima location a Milano. Il format si caratterizza per l'uso di materie prime nazionali e locali, dolci artigianali e caffè di qualità. Oggi conta 17 ristoranti in tutta la Lombardia e sembra pronto ad espandersi. Come? Con un franchising sostenibile.
Tutte le location, vecchie e nuove sono arredate infatti con materiali di recupero: il legno truciolare domina su banconi, vetrine e pareti, rendendo accoglienti tutti gli ambenti con uno stile moderno. Un altro aspetto che denota quanto le problematiche ambientali stiano a cuore ai manager del marchio è la decisione di utilizzare esclusivamente delle biciclette per il servizio di delivery.
Quello ambientale non è l'unico impegno che contraddistingue questa catena di ristoranti. Grazie al *Charity Project* vengono resi partecipi tutti i clienti delle iniziative sociali che porta avanti. Il progetto consiste nel creare periodicamente un panino speciale, il cui ricavato viene devoluto per la causa o l'associazione prescelta da Panini Durini. In questo modo il ristorante e i consumatori rendono possibile lo sviluppo di iniziative in grado di aiutare chi è in difficoltà.

Il Mannarino

Il Mannarino nasce dalla passione per la carne di due giovani amici con il sogno di rinobilitare l'antica "arte" della macelleria. Il termine "mannarino" indica il pesante coltello da cucina con cui i macellai di paese tagliano la carne sul banco e, con il passare del tempo, questa parola ha finito con l'identificare il macellaio di fiducia nel lessico popolare.
Oggi le "macellerie di quartiere" con ristorazione del format sono 4 e 2 nuove location apriranno a breve a Como e sud di Milano. "*I nostri locali sono un punto di riferimento per chi ama acquistare carne di prima qualità direttamente al banco, scambiando due chiacchiere e chiedendo il prezioso consiglio del proprio Mannarino di fiducia, come si faceva una volta*", spiegano i fondatori del marchio, **Filippo Sironi** e **Gianmarco Venuto**. "*Sosteniamo l'amore per le tradizioni e per la terra. Amiamo offrire un modo divertente e salutare per mangiare in un ambiente sano, cerchiamo le migliori carni in Italia e nel mondo e le prepariamo sempre a mano con cura, professionalità e amore*". La sostenibilità nelle macellerie de Il Mannarino si fonda sulla scelta di carni allevate rispettando i *5 Diritti degli Animali*: libertà dalla fame, dalla sete e dalla cattiva nutrizione, libertà di avere un ambiente fisico adeguato, libertà da malattie, ferite e traumi, libertà di avere spazio a sufficienza, libertà dal timore.

Poke House

Poke House ha annuncia il lancio della prima bowl col pollo plant-based di **THIS**, distribuito in Italia da **BM Food**: con *THIS isn't Chicken Poke*, il format italiano di cibo hawaiano si inserisce nel crescente segmento della ristorazione vegetale.

"*Viviamo in un momento storico in cui l'attenzione alla sostenibilità è una priorità, con scelte di consumo che tengano presente dell'impatto ambientale di prodotti e servizi*", dice **Vittoria Zanetti**, co-founder di Poke House. "*Un aspetto questo da sempre molto importante per noi: per questo abbiamo collaborato con THIS per la nuova ricetta invernale, con una proteina interamente plant-based, sperimentando uno dei trend più innovativi nel settore food. La nuova seasonal è pensata non solo per i vegani, ma anche per i flexitariani, ossia coloro che*

pur non avendo abbandonato del tutto il consumo di carne scelgono le alternative vegetali per una dieta più bilanciata e perché preservano l'ambiente. Oltre che per tutti quelli che sono curiosi di provare questo nuovo tipo di proteina vegetale che siamo certi li lascerà stupiti. Da oggi chi sceglie una THIS isn't Chicken Poke contribuisce a un risparmio dell'87% di acqua, oltre che a una riduzione delle emissioni di CO2 dell'83% per kg di prodotto. Si tratta per noi di un primo ma significativo passo nella direzione della food innovation, specialmente se consideriamo che i prodotti di THIS non sono mai stati utilizzati all'interno di una poke bowl nel panorama italiano. Speriamo che questa nostra ricetta invernale possa aiutare i Poke House Lover a scoprire un ingrediente nuovo che promette di essere tra i sapori del futuro".

KFC

Entro il 2025 **KFC**, la più famosa catena al mondo di ristoranti che servono pollo fritto, impiegherà solo packaging riutilizzabile o riciclabile e lavorerà per eliminare completamente gli oggetti in plastica usa e getta dai suoi ristoranti. "*Come brand multinazionale che opera in piú di 135 Paesi e con piú di 22.000 ristoranti, KFC può avere un impatto significativo sull'intero comparto per quanto riguarda l'approccio alla gestione dei rifiuti e del packaging*", ha dichiara **Tony Lowings**, Chief Executive Officer di Kentucky Fried Chicken. "*La sostenibilitá ambientale é un aspetto centrale del nostro business. L'impegno che comunichiamo oggi mostra che affrontiamo concretamente questa tematica così rilevante*".

Venendo all'Italia, gli oltre 30 ristoranti aperti stanno già dando un contributo concreto e misurabile per la riduzione del consumo di plastica usa e getta, a cominciare dalle cannucce per le bibite: da ottobre il loro utilizzo è diminuito del 50%, come evidenzia l'AD della costola italiana della creatura del colonnello Sanders, **Corrado Cagnola**: "*Un risultato che si realizza grazie al contributo e al lavoro dei nostri franchisee e di tutte le persone che operano nei ristoranti KFC. È a loro che spetta il compito non facile di informare i clienti e invitarli a compiere un gesto piccolo ma importante per ridurre l'impatto ambientale dei nostri comportamenti quotidiani*".

Dopo la recente creazione della filiera a basso impatto ambientale con la stampa in 3D delle crocchette di pollo, l'azienda USA annuncia il recupero delle eccedenze alimentari. In Italia, ad esempio, fin dal 2017 ha intrapreso il Progetto Harvest, che KFC in partnerhsip con la Fondazione Banco Alimentare.

Infine, **Yum! Brands**, colosso mondiale della ristorazione con quasi 50mila sedi a livello globale che oltre a KFC possiede **Pizza Hut**, **Taco Bell** e **The Habit Burger**, ha dichiarato il proprio impegno a diventare 100% cage-free entro il 2026 per la maggior parte delle sue sedi, ed entro il 2030 su scala globale.

Dispensa Emilia

"*Ci impegniamo a prendere ogni giorno scelte sostenibili*": questo si legge nel sito del format di ristorazione emiliano. Che prosegue: "*Amiamo il nostro territorio, e non solo a tavola: la salvaguardia dell'ambiente è un argomento che ci sta molto a cuore. Per questo Dispensa Emilia si impegna a prendere ogni giorno scelte sostenibili*". Di qui una serie di azioni del'azienda nata nel 2004 (che ha di recente aperto il suo terzo locale milanese a City Life e ha realizzato 10 opening nel corso del 2021): dalla promozione della raccolta differenziata (in cucina separando umido compostabile, carta e cartone, plastica, vetro e alluminio, e in sala fornendo contenitori per la raccolta differenziata anche per i clienti), utilizzando materiali riciclabili e compostabili nello store, per il take away e per la delivery, tra cui contenitori biodegradabili e in cellulosa e materiali di consumo riciclati.

Verso un pasto **che non fa… pena**

Dopo anni di qualità discutibile, mangiare nelle carceri ritrova una parte della dignità perduta grazie a meccanismi di appalto migliori

di Corrado Giannone

Il servizio di ristorazione negli istituti penitenziari è un segmento del catering per le collettività di cui si parla poco ma che genera un interessante volume d'affari fino ad oggi appannaggio di pochi operatori economici che da anni si aggiudicano le gare indette dai vari provveditori regionali. Recentemente il sistema è stato scosso da alcune sentenze pronunciate da alcuni TAR e dal consiglio di stato a cui hanno fatto seguito alcune interrogazioni parlamentari. Queste iniziative hanno portato a importatati novità nel settore, mettendo in discussione un sistema ormai cristallizzato che vale la pena di analizzare.

Il servizio di ristorazione nelle carceri comprende il cosiddetto vitto per i detenuti, e il sopravvitto, entrambi contemplati dall'articolo 9 della legge del 26 luglio 1975, n. 354. che prevede che ai detenuti e agli internati venga assicurata, ai sensi dell'art. 9 dell'Ordinamento penitenziario e dell'art. 11 del Regolamento di esecuzione, un'alimentazione sana e sufficiente, adeguata all'età, al sesso, allo stato di salute, al lavoro, alla stagione e al clima erogata quotidianamente tramite tre pasti. Purtroppo non sempre ciò avviene. Le quantità e la varietà dei generi alimentari, che l'appaltatore deve fornire per la preparazione del vitto giornaliero, sono previste

nelle Tabelle Vittuarie (riviste di recente e approvate con decreto ministeriale 9 maggio 2017 in conformità a quanto definito dal C.R.E.A. (Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria). Il fornitore del servizio, è tenuto a rispettare le categorie merceologiche e i valori nutrizionali previsti, oltre al calendario di stagionalità di cui all'Allegato A del D.M. 10 marzo 2020 (CAM). Il servizio deve essere garantito, quotidianamente, nelle sedi dei singoli Istituti penitenziari individuati dal contratto. La norma inoltre prevede che Il servizio di vettovagliamento sia di regola gestito direttamente dall'amministrazione penitenziaria e una rappresentanza dei detenuti o degli internati, designata mensilmente per sorteggio, controlli l'applicazione delle tabelle e la preparazione del vitto. In ogni carcere è prevista una "Commissione vitto", composta da tre detenuti scelti a sorte mensilmente per controllare, sotto la supervisione di un incaricato dal direttore, il regolare andamento del servizio, dalla consegna delle derrate alimentari al controllo della qualità e quantità. A questo proposito occorre far notare che spesso questo compito viene svolto da detenuti stranieri che altrettanto frequentemente non conoscono la lingua italiana, ed è difficile pensare che siano in grado di esprimere un parere adeguato sulla qualità del vitto. Ai detenuti e agli internati è consentito l'acquisto, a proprie spese, di generi alimentari e di conforto, entro i limiti fissati dal regolamento, utilizzando, di solito, gli spacci gestiti direttamente dall'amministrazione carceraria o da imprese che esercitano la vendita a prezzi controllati dall'autorità comunale. La commissione vitto è, integrata da un delegato del direttore, scelto tra il personale civile dell'istituto il quale controlla qualità e prezzi dei generi venduti nell'istituto.

Il servizio fini ad ora era stato organizzato in questo modo, vedremo in seguito quali sono i cambiamenti previsti. I provveditori regionali provvedono per l'appunto, ad espletare le gare per gli accodi quadro per la fornitura di derrate e la gestione del sopravvitto. Il contratto di fornitura prevede che per ogni detenuto giornalmente debba essere consegnata una quantità pro-capite di alimenti come previsto dalle relative tabelle le quali riportano le quantità delle derrate al netto degli scarti di lavorazione, di scongelamento etc.) e definiscono gli standard qualitativi e l'articolazione delle consegne secondo calendari prestabiliti su base stagionali.

All'interno delle carceri le derrate vengono ritirate dal responsabile dell'amministrazione che le consegna ai detenuti per la preparazione dei pasti che avviene sotto vigilanza. Mentre il sopravvitto solitamente viene gestito dalla società che si è aggiudicata l'appalto.

Alcuni anni fa la società per cui lavoravo e il CFP di Rozzano organizzarono una serie di corsi per aiuto cuoco rivolta ai detenuti del carcere di Opera. I percorsi didattici prevedevano una parte teorica e una pratica e, accompagnato da un cuoco, mi capitò di svolgere questa attività.

La parte pratica venne svolta nelle cucine durante la preparazione dei pasti per i detenuti. Sin dal primo momento ci rendemmo conto della precarietà del servizio e di come era gestito tutto il ciclo di produzione: le derrate erano fornite a piacimento da parte del fornitore non essendoci un menu predefinito dall'amministrazione e spesso la qualità lasciava parecchio a desiderare, approfittando del fatto che nessuno era in grado di controllare la conformità alle specifiche contrattuali che comunque erano molto… Scarne. I detenuti incaricati della preparazione dei pasti, non avevano alcuna formazione specifica, quindi il risultato della qualità delle vivande dipendeva dall'esperienza delle persone che di volta in volta venivano impiegate nel servizio. Siccome il corso aveva una durata di alcuni mesi abbiamo avuto modo di impostare il servizio in maniera un po' più razionale predisponendo un menu, controllando la merce in arrivo e contestando quando non andava bene ma soprattutto il nostro cuoco ebbe l'opportunità di insegnare alcuni principi basilari delle tecniche di cottura. Il tutto con grande disponibilità da parte degli agenti presenti in cucina che hanno fornito un supporto e una collaborazione straordinari. In poco tempo la qualità del vitto registrò un apprezzabile miglioramento, contemporaneamente diminuì la richiesta di sopravvitto.

In pratica, il meccanismo tutt'altro che virtuoso che venne

pian piano a galla, consisteva nell'aggiudicarsi la gara a prezzi molto bassi, consegnare derrate di scarsa qualità che finivano per essere trasformate in pasti scadenti che inducevano i detenuti che ne avevano la possibilità ad acquistare prodotti alimentari a pagamento a prezzi decisi dal fornitore. Recentemente alcune SRC concorrenti, hanno più volte lamentato l'inadeguatezza dei prezzi posti a base di gara in alcuni appalti, e si sono rivolti ai Tribunali Amministrativi per annullare le procedure di gara indette da alcuni provveditori regionali. Uno di questi ricorsi e stato presentato dalla società Saep S.P.A. al Tribunale Amministrativo Regionale della la Lombardia.

Il ricorrente, lamentava che dalla documentazione di gara non sarebbe stata in alcun modo ricavabile la benché minima informazione in merito ai criteri utilizzati per determinare la diaria posta a base d'asta non consentendo oggettivamente la presentazione di un'offerta seria e ponderata. A questo faceva seguito l'omissione di un'istruttoria sui prezzi dei prodotti alimentari richiesti dalle tabelle vittorie e la reiterazione della medesima diaria posta a base delle procedure espletate nel 2010, senza nemmeno considerare il maggior costo dovuto al rispetto delle prescrizioni previste dai criteri minimi ambientali entrati in vigore nel 2011.

La stazione appaltante si era difesa spiegando che per addivenire alla stima della base d'asta aveva fatto un'operazione di scorporo basandosi su uno studio che un'azienda specializzata aveva fatto per un'azienda pubblica del Comune di Viareggio, riferita a servizi di ristorazione scolastica, e aveva con questo metodo stimato che l'incidenza delle costo delle derrate alimentari sul costo pasto era del 35/40 %. I giudici del TAR accolsero il ricorso ritenendo irragionevole presumere che l'incidenza del costo delle derrate alimentari fosse analogo in procedure rivolte a utenze tanto diverse e condannò la stazione appaltante a pagare le spese.

Altri ricorsi sempre sempre sullo stesso argomento e con contenziosi analoghi furono accolti generando l'annullamento delle relative gare. A questi e episodi fecero seguito alcune interrogazioni parlamentari e nel mese di settembre. a seguito della crescente attenzione sull'argomento, durante un question time ci fu la dichiarazione della ministra Cartabia che nell'occasione sottolineò che: "*La competenza per i bandi del vitto e sopravvitto è dei provveditorati e non dell'amministrazione centrale, tuttavia, ho da poco convocato una commissione per l'innovazione del sistema penitenziario che, proprio su questo punto, è subito intervenuta dando delle indicazioni, tra le quali quella di separare il vitto, cioè la fornitura di colazione, pranzo e cena, dal sopravvitto*". La ministra della giustizia, ha poi proseguito distinguendo l'aspetto puramente giuridico dei contenziosi da quello relativo alla: "*Scarsa qualità del cibo denunciato da alcuni organi di stampa e che va a detrimento, evidentemente, della dignità dei detenuti*".

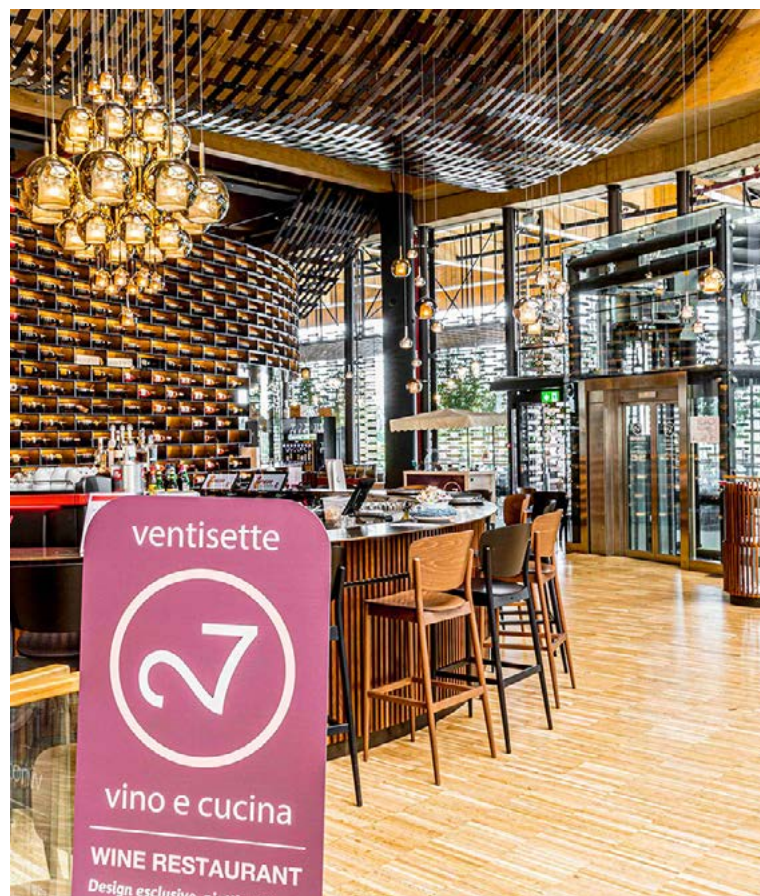
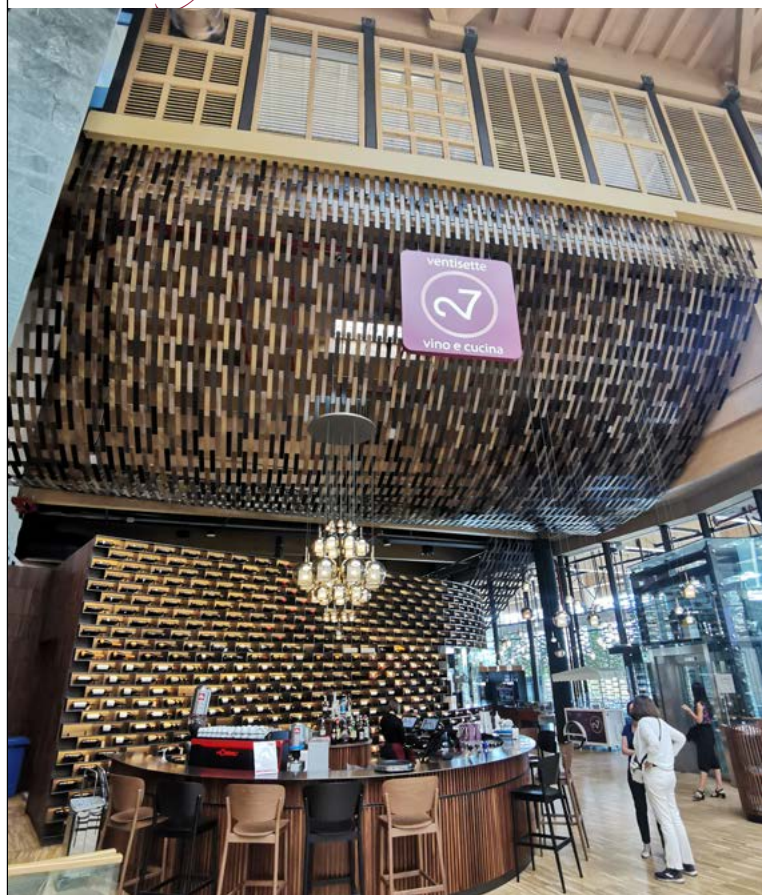
In chiusura la Cartabia ha dato tre indicazioni: "*La prima è che sempre nella predisposizione, le procedure di aggiudicazione del vitto e sopravvitto debbono essere distinte: contratto d'appalto del servizio del vitto e contratto di concessione per il sopravvitto. La seconda è che devono essere escluse le rimodulazioni del minimo al ribasso; la terza è che occorre, nella costruzione della qualità dei prodotti offerti, un parere obbligatorio e vincolante da parte di un tecnologo alimentare per le*

caratteristiche nutritive e qualitative di ogni prodotto previsto nel capitolato". Quest'ultima indicazione è una novità molto importante, anche se a mio avviso migliora solo in parte la qualità dei pasti, perché comunque non risolve il problema dei controlli, della qualità delle derrate fornite, e quella della professionalità del personale deputato alla preparazione.
Penso che il passo successivo dovrebbe essere quello di affidare all'interno di ogni carcere la direzione operativa di tutto il servizio ad un tecnologo alimentare e di prevedere la figura di un cuoco a cui affidare il coordinamento della produzione, e la formazione dei detenuti addetti alla preparazione. Questo migliorerebbe sicuramente la qualità del sevizio. Anche la Corte dei Conti in più occasioni è intervenuta sull'argomento a cominciare da quella della regione Lazio, che già a maggio del 2018, aveva rilevato aspetti di criticità negli accordi quadro per tali forniture, legati non solo ai profili di sicurezza connessi all'espletamento dei servizi oggetto delle gare rispetto ai principi di pubblicità e concorrenzialità nei pubblici appalti (stante il rischio di potenziali fenomeni di concentrazione dei soggetti titolari degli appalti), ma anche alla gestione con un'unica procedura, benché le due fattispecie presentino, sotto il profilo tanto giuridico quanto sostanziale, caratteristiche differenti; e invitava, a valutare, nella prospettiva della predisposizione dei futuri bandi, "l'opzione di diversificare le procedure tra i due servizi oggetto dell'attuale accordo" soprattutto per quanto riguarda la fornitura di generi di sopravvitto, con "*procedure di gara atte a garantire la partecipazione di un maggior numero di operatori economici, con evidente beneficio della qualità e della economicità del servizio*".

Più qualità, più controlli

Recentemente esattamente lo scorso settembre, la Corte dei Conti della sezione di controllo del Lazio, ha assunto una importante pronuncia: ha negato il visto e la registrazione di alcuni decreti del Provveditorato regionale di Lazio, Abruzzo e Molise del Dipartimento Amministrazione Penitenziaria.
Si tratta dei 4 decreti di approvazione di altrettanti contratti di fornitura del vitto, nel triennio 2021-2023, rispettivamente negli istituti penitenziari di Rebibbia a Roma per quasi 4,5 mln di euro, di Civitavecchia e Viterbo per 2,2 mln, di Campobasso, Isernia, Larino, Avezzano, L'Aquila, Sulmona per 2,5 milioni, e di Frosinone, Cassino e Latina per 1,7 milioni.
Le offerte, in base al disciplinare di gara, contestata dalla Corte, sono riferite solo al servizio principale e obbligatorio di vitto, mentre l'attivazione del sopravvitto è opzionale e può essere gestito internamente o esternalizzato.
Quanto ai prezzi, benché nel 2020 la base d'asta sia stata incrementata da 3,90 a 5,70 euro, e la media nazionale si aggiri intorno a 3,92 euro, la Ditta Domanico Ventura srl ha offerto un ribasso del 58%: 2,39 euro giornalieri pro capite, la Rag. Pietro Guarnieri-figli S.r.l. è andata oltre, con un ribasso del 60,52%, offrendo dunque 2,25 euro, mentre la Sirio si è accontentata del 47%, con 3,00 euro. "Di qui – osserva la Corte -, l'apparente insostenibilità economica del servizio di vitto ove svincolato dai ricavi del sopravvitto". Lo scorso 15 ottobre il Garante nazionale dei detenuti ha inviato una raccomandazione urgente al Capo del Dipartimento dell'Amministrazione Penitenziaria (DAP) volta a fissare negli istituti penitenziari un livello qualitativo del vitto che garantisca il diritto alla salute e a una sana alimentazione delle persone in custodia. La raccomandazione, condivisa con i Garanti regionali interessati e con la Garante dei detenuti della Città metropolitana di Roma, è stata formulata a partire dalla recente pronuncia della Corte dei Conti rilevando che la questione dei bandi del vitto e del sopravvitto ha dimensione nazionale. Il Garante ha richiesto da subito, per le regioni interessate dalla pronuncia della Corte dei Conti, e in prospettiva, per tutto il territorio italiano: "*La predisposizione di procedure di aggiudicazione distinte tra vitto e sopravvitto e tali da garantire la somministrazione di una diaria credibilmente adeguata ai bisogni nutritivi di persone adulte, all'occorrenza prevedendo il parere obbligatorio e vincolante di un tecnologo alimentare indipendente*" facendo proprie le indicazioni della ministra. Penso che le nuove disposizioni miglioreranno la concorrenza e di conseguenza la qualità del servizio. Ma per assicurare un reale cambio di passo sarebbe a mio parere necessario modificare le modalità di acquisto delle derrate seguendo lo stesso sistema in atto negli enti che gestiscono direttamente il servizio, vale a dire che il bando deve prevedere solo la fornitura di derrate, consegnate secondo gli ordinativi fatti dal responsabile del servizio, (il tecnologo alimentare) in base a dei menu prestabiliti. Quindi i bandi non prevederebbero più il prezzo per giornata alimentare bensì il prezzo di ogni singola derrata richiesta. Io credo che se realmente si vuole intervenire per migliorare il servizio di ristorazione all'interno delle carceri, sia necessario rivedere tutta l'organizzazione.
Concludo quindi dicendo che le iniziative adottate sono utili ma non sufficienti.

#BorntobePartner

T- 0522 902051 ; M-info@fsg-italia.it; www.fsg-italia.it

Ventisette, il wine restaurant **che non ti aspetti**

Prosegue il cammino di Iper La grande i nel mondo della ristorazione con l'apertura presso IL CENTRO di Arese di un nuovo concept gourmet

di MLA

Cucina di qualità, una prestigiosa selezione di vini e un design raffinato: nasce così il format di ristorazione **Ventisette – vino e cucina**, l'ultimo arrivato in casa **Iper La grande i**, che già nel nome omaggia il fondatore del **Gruppo Finiper**, **Marco Brunelli**, pioniere nel mondo della grande distribuzione italiana, amante della tavola e del vino, (incredibilmente) classe 1927. Il ristorante, dotato di 120 posti a sedere all'interno e 60 all'esterno, si aggiunge agli altri 6 locali targati Iper La grande i presso i CC *Fiordaliso di Rozzano* (MI) e *Monza Maestoso*, al Portello (MI), a Lonato (BS) e Seriate (BG). Si tratta di concept di ristorazione unici nel loro genere, caratterizzati dalla valorizzazione di materie prime d'eccellenza, grazie anche a fornitori e partner prestigiosi come *Carnitalia* e *ALMA – La scuola internazionale di cucina italiana*.
Ampiezza dell'assortimento, qualità, sostenibilità, convenienza e italianità sono i principi ispiratori a base delle scelte dell'azienda creata nel 1974, una delle più importanti realtà nel panorama nazionale della GDO, tra le poche interamente di proprietà italiana, che oggi conta su 22 punti vendita in 4 regioni. Che, forte di una storia e di dimensioni consolidate, nel campo dell'offerta f&b ha un obiettivo dichiarato e ambizioso:

rendere la qualità accessibile a tutti.

Metti la qualità (e il giusto prezzo) in tavola

Non è un caso dunque che le 120 etichette disponibili presso il ristorante Ventisette, compresa anche un'ampia selezione *Grandi Vigne*, il marchio creato da Iper La grande i che riunisce i vini d'eccellenza di piccoli produttori italiani, sono proposte ai clienti allo stesso prezzo dello scaffale del punto vendita, e acquistabili in sala rivolgendosi direttamente al sommelier del ristorante. "*Quando gli abbiamo questa scelta, era scioccato*", ci racconta tra il serio e il faceto **Sergio Bertini**, direttore di Iper Arese, che ha ideato e seguito passo passo questo nuovo progetto. "*Ma per noi Ventisette rappresenta una vetrina di eccezionale valore, anche per pubblicizzare le 700-800 etichette della nostra cantina e, più in generale, la qualità e l'expertise che abbiamo maturato nella produzione di gran parte della nostra offerta di freschi*". Due caratteristiche che si riflettono anche nel menu del ristorante, che spazia dai crudi di pesce e di carne, marinati e tartare, a primi e secondi sorprendenti fino a tagli di carni di altissima qualità. Pizze sottili e croccanti che esaltano deliziose farciture completano la proposta, a cui si aggiungono ogni settimana due piatti speciali suggeriti dallo chef.

Grande attenzione viene dedicata anche al momento dell'aperitivo, per il quale, oltre ai vini al calice, vengono proposti oltre 50 cocktail, da gustare con taglieri e stuzzichini vari di accompagnamento.

"*Da sempre impegnati a valorizzare le eccellenze italiane dell'enogastronomia tra i nostri scaffali, vogliamo offrire ai clienti di Ventisette una vera e propria esperienza di degustazione, quel connubio tra cibo e vino, sintesi di convivialità che oggi si può vivere anche nella grande distribuzione, grazie all'ottimo rapporto qualità-prezzo che garantiamo: lo scontrino medio attuale si attesta attorno ai 21-22 euro senza grosse differenze tra pranzo e cena*". L'obiettivo ultimo di questo progetto di ristorazione gourmet che ha preso corpo, non senza difficoltà, durante la pandemia, è ambizioso: "*Vogliamo ampliare e al contempo elevare l'offerta ristorativa del CENTRO, che con 13-14 milioni di visitatori all'anno era sottodimensionata prima del restyling che si è appena concluso e ha portato ad aggiungere nuovi punti f&b, in primis nella foodcourt*".

Ventisette stupisce anche per i suoi interni di grande design, progettati dall'architetto **Alessandro Ghiringhelli**. Tanti gli elementi di interesse, a partire dalla splendida bottigliera che all'ingresso del ristorante incornicia la cucina a vista, e, disponendo ordinatamente ben 975 bottiglie, crea un corridoio espositivo fino alla sala principale.

"*La bottigliera è una parete curva, in ottone e acciaio brunito, che si ispira ai corridoi voltati delle grandi cantine, dove le bottiglie di vino vengono lasciate sdraiate a maturare*", ha spiegato Ghiringhelli. Per poi aggiungere: "*Da Ventisette ho voluto ricreare l'atmosfera rilassata dei salotti newyorkesi, per dare un carattere di contemporaneità internazionale all'ambiente. Il luogo informale e accogliente è caratterizzato da tonalità calde, luci soffuse*

e dal disegno puntuale degli elementi architettonici."
Le tre parti in cui è organizzato Ventisette – il wine bar interno, la sala ristorante e la terrazza – sono definite da tende sceniche e drappi in metallo con sfumature di colore dall'ottone al brunito, che mantengono la giusta intimità tra i tavoli senza separarli nella sala. "*La grande tenda metallica che si alza a partire dalla bottigliera, raccorda il ristorante alla copertura della grande piazza del centro commerciale: è un elemento scenico a soffitto che si apre come in un teatro*", ha concluso l'architetto.

Dalla A alla Z

Iper La grande i si è sempre distinto per la produzione interna di una fetta cospicua dei suoi freschi, che tra il 1998 e il 1999 si è spostata sotto gli occhi del cliente in veri e propri laboratori a vista. Qui ogni giorno vengono impastate e sfornate oltre 20 varietà di pane, preparati croissant, dolci e biscotti, pasta fresca, piatti di gastronomia e pizza.
La competenza affinata nelle produzioni e la volontà di creare nuove esperienze di gusto hanno portato in seguito alla creazione di punti di somministrazione dentro gli ipermercati dove poter consumare un numero crescente di pietanze, da insalate e panini, fino a carne e pesce grigliati, pizza cotta in forno a legna, poké, primi e secondi.
Questi punti vendita nel tempo sono diventati luoghi conviviali, fino a quando, forte della sua esperienza decennale nel mondo del cibo, Iper ha scelto di superare anche questa frontiera, dando vita al suo primo ristorante. Detto, fatto: nel 2012 presso l'Iper di Lonato viene inaugurata la braceria **Musi Lunghi**: una scommessa vinta e una realtà di successo alla quale seguono altri ristoranti ideati per inserirsi in modo armonico e arricchire la proposta enogastronomica del territorio. Nascono così il bis di Musi Lunghi da Iper Seriate, la **Corte** di Monza Maestoso, **La Veranda** da Iper Lonato, **Casa Portello** da Iper Portello, **Le Terre – Piatti della tradizione** da Iper Rozzano e ora, dulcis in fundo, Ventisette – vino e cucina nell'Iper di Arese. Concept diversi sì ma con un comune filo conduttore: la qualità e/ma anche il giusto prezzo firmati Iper.

pagoPA

La spontaneità è tutto.

Il pagamento spontaneo dei servizi di Ristorazione Scolastica

É importante salvaguardare le abitudini dei cittadini che spesso preferiscono saldare i servizi di Ristorazione Scolastica presso il punto fisico più comodo e senza prima generare lo IUV.

Grazie a PA-Pay® e all'accordo in esclusiva con LIS Holding S.p.A, il cittadino ha a disposizione la rete di oltre 35.000 Tabaccherie PUNTOLIS sul territorio nazionale presso cui ricaricare a importo libero la mensa scolastica.

Per effettuare il pagamento in modo rapido e sicuro basta infatti scegliere il PUNTOLIS più vicino, mostrare il QR code sullo smartphone, generato dall'app di Progetti e Soluzioni, comunicare l'importo e procedere al pagamento (*).

Perché PA-Pay soddisfa la necessità di spontaneità dei cittadini.

PA-Pay è un marchio registrato di proprietà di Progetti e Soluzioni SpA

PUNTOLIS è un marchio registrato di proprietà di LIS Holding.
(*) Il servizio di pagamento è fornito da LIS Pay S.p.A. Per informazioni, condizioni economiche, trasparenza e privacy, consultare la sezione "Trasparenza, Privacy e Reclami" dell'area Pagamenti e Servizi al Cittadino del sito www.lispay.it.

Salutare gustosa **e sostenibile**

Uno studio del CREA Alimenti e Nutrizione ha dimostrato che è possibile selezionare, dai menu scolastici esistenti, ricette che uniscano cibi salutari e a ridotto impatto ambientale

di Emilia Guberti

Il consumo e la produzione sostenibili rappresentano un aspetto essenziale degli Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda ONU 2030 che rivendicano la promozione di modelli alimentari in grado di contribuire alla riduzione dei costi ambientali, economici e sociali, al rafforzamento della competitività economica e alla riduzione della povertà. La scuola è universalmente considerata un ambiente privilegiato per l'educazione alimentare e la ristorazione scolastica rappresenta un'opportunità per promuovere alimenti salutari e sostenibili per le giovani generazioni. Nel 2018 sono state pubblicate dal Ministero della Salute le "Linee di Indirizzo rivolte agli enti gestori di mense scolastiche, aziendali, ospedaliere, sociali e di comunità, al fine di prevenire e ridurre lo spreco connesso alla somministrazione degli alimenti" in attuazione delle disposizioni previste dalla Legge 19 agosto 2016, n.166 nota come legge Gadda. Il documento, oltre alle linee guida nutrizionali, include aspetti del comportamento alimentare, della cultura e dell'accettabilità. Inoltre aspetti relativi agli alimenti biologici e alla prevenzione dei rifiuti e ad altri fattori di sostenibilità sono coerenti con i principi dell'UE *Green and Sustainable Public Procurement*. Le stesse Linee raccomandano alle autorità pubbliche che acquistano beni e servizi, come i pasti pubblici, di ottenere una riduzione dell'impatto ambientale.

Nello stesso anno si è concluso l'aggiornamento delle Le linee guida per una sana alimentazione (Crea Nut 2018) che oltre all'obbiettivo primario di protezione della salute del consumatore guidandolo verso scelte alimentari salutari si propone, ove possibile, di orientarlo verso scelte sostenibili. La definizione di una dieta sana è ormai consensuale, secondo l'OMS una dieta salutare aiuta a proteggere dalla malnutrizione in tutte le sue forme, nonché dalle malattie non trasmissibili come diabete, malattie cardiache, ictus e cancro. Essa prevede la limitazione quantitativa degli alimenti e la massimizzazione delle componenti vegetali il che rappresenta il legame tra le raccomandazioni nutrizionali e gli attributi di sostenibilità come chiaramente evidenziato dalla *Healthy Diets From Sustainable Food Systems* della *Eat Lancet Commission* (2019). Del resto è noto che la produ-

zione alimentare contribuisce in modo importante alle emissioni di gas serra (GHGE) che sono ampiamente utilizzate come indicatore dell'impatto ambientale del consumo alimentare. Gli alimenti di origine animale producono più GHGE rispetto agli alimenti di origine vegetale, ne consegue che diversi studi sui modelli dietetici hanno evidenziato che una dieta sana si traduce anche in un basso GHGE.

Per un consumo sano e sostenibile

Nell'ambito del progetto *NutriSUSFood – Nutritional security for healthy and Sustainable food consumption* (Sicurezza nutrizionale per un consumo sano e sostenibile) e del "knowledge hub" europeo SYSTEMIC, i ricercatori del CREA Alimenti e Nutrizione, in collaborazione con il Dipartimento di Ingegneria informatica automatica e gestionale Antonio Ruberti (DIAG) della Sapienza Università di Roma, hanno rielaborato in un'ottica di sostenibilità un campione di menù scolastici italiani. Lo studio è stato pubblicato su *Nutrients* un'importante rivista scientifica *peer-reviewed*.

Lo studio è partito da un paper pubblicato nel 2020 sulla modellizzazione della dieta italiana (Ferrari M. et al Frontiers in Nutrition 2020) per sviluppare un *database* che, integrando la banca dati dei consumi alimentari nazionali del CREA Alimenti e Nutrizione con i dati di composizione degli alimenti e quelli relativi all'emissione dei gas ad effetto serra, fosse in grado di attribuire ad ogni alimento un determinato valore di emissione di gas ad effetto serra. È stato raccolto un campione nazionale di 52 menu della ristorazione scolastica in Italia ottenendo 194 ricette che sono state inserite in un database contenente 70 primi, 83 secondi, 39 contorni, 1 porzione di frutta e 1 porzione di pane. Per ogni ricetta è stata effettuata la scomposizione nutrizionale e ad ogni alimento è stato applicato il corrispettivo valore di CO2. Partendo da tali dati si è applicato un modello matematico per combinare criteri di adeguatezza nutrizionale e accettabilità, riducendo al minimo le emissioni di gas serra, ne è scaturito un menù tipo capace di coniugare adeguatezza nutrizionale e accettabilità, secondo i criteri delle Linee Guida per una Sana Alimentazione Italiana del CREA, con ridotte emissioni di gas climalteranti. L'accettabi-

REQUISITI DI ACCETTABILITÀ E DISTRIBUZIONE DEGLI INGREDIENTI NEL MENU DI QUATTRO SETTIMANE

Tab. 2

Ogni pranzo deve avere una composizione fissa:	Primo corso	Secondi Piatti	Verdure
Un primo piatto, comprensivo di pasta o altro alimento fonte di carboidrati	La pasta al pomodoro, la minestra di pasta, il riso e la minestra di riso devono essere presenti almeno una volta ma non più di due volte a settimana	La carne rossa deve essere presente al massimo una volta alla settimana e almeno due ma non più di tre volte al mese	verdure e legumi cotti devono essere presenti almeno una volta ma non più di due volte a settimana
Un secondo piatto, in genere, fonte di proteine	La pasta ripiena e la pasta al forno devono essere presenti almeno una volta al mese	La carne di manzo deve essere presente almeno una volta al mese	Verdure crude o insalata devono essere presenti almeno due volte ma non più di tre volte a settimana
Una porzione di verdura		Carni bianche e pesce devono essere presenti almeno una volta ma non più di due volte a settimana	Le patate devono essere presenti non più di una volta alla settimana
Una porzione di frutta		Il merluzzo deve essere presente almeno una volta al mese	
Una porzione di pane		Le uova devono essere presenti almeno una volta ma non più di due volte a settimana e non più di sei volte al mese	
		Il formaggio deve essere presente al massimo una volta alla settimana e almeno una volta ma non più di tre volte al mese	
Le ricette di primi, secondi e verdure cotte non possono essere servite più di una volta al mese. Tutti gli altri contorni diversi dalle verdure cotte possono essere serviti al massimo due volte al mese e non più di una volta alla settimana. Nel menu non sono ammesse ricette di carne lavorata.			

Fonte: Laura Rossi et al The Promotions of Sustainable Lunch Meals in School Feeding Programs: The Case of Italy, Nutrients 2021, 13(5), 1571

LA RIVISTA **Ristorando**

con il patrocinio
del Consiglio dell'Ordine
Nazionale Dei Tecnologi Alimentari
organizza il Webinar:

WEBINAR
GRATUITO

I CAM PER LA RISTORAZIONE COLLETTIVA: ASPETTI CRITICI E PROPOSTE DI MIGLIORAMENTO

" La partecipazione all'evento prevede il riconoscimento di n° 3 CFP per i Tecnologi Iscritti all'Albo"

LUNEDI' 17 GENNAIO

ORE 14,30/17,30

CONDUCONO

Emilia Guberti - *Collaboratrice di **Ristorando** - già responsabile **SIAN AUSL Bologna***

Gabriella Iacono - *Tecnologo Alimentare Libera Professionista*

PARTECIPANO

Corrado Giannone - *Tecnologo Alimentare libero professionista - collaboratore di* **Ristorando**
Simone Chiarelli - *Dirigente Ente Locale esperto diritto amministrativo*
Rosario Ambrosino - *A.D. **Gruppo Elior Italia***
Lorenzo Aspesi - *Presidente del Consiglio dell'Ordine Nazionale dei Tecnologi Alimentari*
Mario Romano - *Responsabile ristorazione **CONSIP***
Carlo Scarsciotti - *Presidente **Angem***
Giovanni Varoli - *Presidente **General Beverage***
Giovanni Faedi - ***ANCI** ristorazione*

TESTIMONIANZE

Roberta Forlini - *Funzionaria Comune di Pavia*
Aldo Basaglia - *Coordinatore servizi ristorazione sanitaria*
Giovanna Salvato - *Segretario del Consiglio dell'ordine Nazionale dei Tecnologi Alimentari*

per informazioni e iscrizioni:
www.ristorando.eu - redazione.ristorando@edifis.it

lità generale del menu è stata ottenuta facendo un compromesso tra la promozione di cibi sani (cioè frutta, verdura e legumi) e rendendo i menu attraenti per i bambini evitando la monotonia delle scelte alimentari. Ciò è stato fatto includendo anche cibi che normalmente sono meno accettati dai bambini operando una combinazione di ingredienti, e preparando dei piatti che migliorano la preferenza da parte di questa fascia d'età. La presenza di cibi simili nello stesso pranzo e piatti simili nella stessa settimana è stata limitata per garantire un menù vario. Il requisito di accettabilità e le disposizioni dei diversi ingredienti sono dettagliati nella Tabella 2 (fonte Laura Rossi et al *The Promotions of Sustainable Lunch Meals in School Feeding Programs: The Case of Italy, Nutrients* 2021, 13(5), 157.

Il risultato della procedura di ottimizzazione è un piano alimentare su 4 settimane, strutturato sulla base dei menu preesistenti, che combini perfettamente caratteristiche di adeguatezza nutrizionale con quelle di minimizzazione delle emissioni di CO2. Le combinazioni si caratterizzano per una forte componente vegetale, utilizzata non solo come contorni ma anche come ingredienti nei primi e secondi piatti, con una presenza importante di legumi ma anche di carni bianche e uova. Nessun alimento è penalizzato e nel piano alimentare è anche ricompresa la carne rossa in ricette che ne minimizzano l'impatto (ad esempio le polpette di carne mista).

La tabella 3 mostra la composizione dei piatti e la loro sequenza nel menu.

Il pasto ottimizzato medio è caratterizzato dai seguenti contenuti energetici e nutritivi: 718 kcal di energia, 104 g di carboidrati, 32,3 g di proteine, 21,7 g di grassi, 22,8 g di zucchero, 11,2 g di fibre e 335 mg di sodio con una CO2 equivalente media risultante di 525 g e la media settimanale è riportata in Tabella 3 recante il menu ottimizzato su 4 settimane.

I risultati dello studio "The Promotions of Sustainable Lunch Meals in School Feeding Programs: The Case of Italy" ha dimostrato che è possibile progettare pasti rispettosi dell'ambiente già partendo dai menu scolastici esistenti.

Il modello matematico sviluppato, secondo gli autori "ha la potenzialità di essere completamente scalabile, facilmente aggiornabile e ampiamente utilizzabile in diversi contesti, sia per la raccolta di dati di ricerca, sia per scopi di progettazione o monitoraggio".

100 RICETTE PER LA SALUTE UMANA E DEL PIANETA

Alla base della proposta alimentare di diete sostenibili è prevista una larga quantità di verdura e frutta il cui consumo anche in Italia è ancora lontano dai quantitativi raccomandati di almeno 5 porzioni giornaliere. Da qui la necessità di un robusto supporto in termini promozionali verso le diete in grado di guardare al futuro. Lo scorso 15 ottobre, in concomitanza con la Giornata mondiale dell'Alimentazione e nell'ambito del Festival dello Sviluppo Sostenibile, promosso dall'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, è stato presentato a Milano il volume "Frutta e verdura: 100 ricette per la salute umana e del pianeta". Il volume curato dal gruppo di lavoro Alimenti e Nutrizione SItI si rivolge alle famiglie e agli operatori ed utenti della ristorazione collettiva, per sottolineare l'importanza di Frutta e Verdura per una dieta salutare e sostenibile per il pianeta, in coerenza con la *Healthy Diets From Sustainable Food Systems* dell' Agenda ONU 2030 ed il Piano Nazionale della Prevenzione 2020-25. Alla sua realizzazione hanno collaborato medici, dietisti, ricercatori e cuochi esperti con l'intento di contribuire a promuovere abitudini alimentari fondamentali per contrastare le malattie cronico degenerative in grado di condizionare potentemente anche l'esito di patologie infettive come dimostrato nella recente pandemia. L'obiettivo che ci si è proposti è stato fornire spunti pratici per portare in tavola verdura e frutta, più volte al giorno, dall'antipasto al dessert. Al tempo stesso si è posta grande attenzione all'equilibrio nutrizionale: varietà, gusto, facilità di preparazione, alla sostenibilità ambientale ed economica, con un sguardo attento alle risorse del territorio, con le economie globali e locali da valorizzare e non sprecare, tutto questo per garantire l'alimentazione di tutti nel lungo periodo. Questa cornice concettuale e scientifica ha guidato il lavoro degli autori nella realizzazione delle ricette e delle dieci letture che le integrano e completano. Una proposta con la quale si vuole aiutare a capitalizzare il gusto ritrovato, in occasione della pandemia, di cucinare e mangiare anche più frutta e verdura, mentre si conclude l' anno internazionale (Aifv 2021) che FAO/ONU hanno dedicato alla promozione del loro consumo.

IL MENU OTTIMIZZATO

Tab. 3

lunedì	martedì	mercoledì	giovedì	venerdì
Prima settimana				
Purè di lenticchie con pasta	Pasta al pomodoro	Zuppa di riso e spinaci	Pasta con purè di fagioli	Risotto ai carciofi
Petto di tacchino arrosto	Frittata con spinaci	Caciotta	Agnello arrosto con patate	Tartina di tonno con patate e uova
Patate al forno croccanti	Funghi al prezzemolo	Ceci al sugo di pomodoro	Insalata di finocchi	Insalata verde
Pane	Pane	Pane	Pane	Pane
Frutta	Frutta	Frutta	Frutta	Frutta
Seconda settimana				
Pasta al sugo di pomodoro aglio e origano	Zuppa di Verdure con Fagioli e Parmigiano	Risotto all'indivia	Pasta con purea di ceci	Zuppa di verdure con riso
Petto di pollo arrosto	Tonno all'olio d'oliva	Frittata	Petto di tacchino al burro e salvia	Provolone
Carote conallo d'oliva e limone	Patate al forno croccantì	Insalata mista (inverno)	Piselli arrostiti	Carote al burro
Pane	Pane	Pane	Pane	Pane
Frutta	Frutta	Frutta	Frutta	Frutta
Terza settimana				
Tortellini burro e salvia	Risotto allo zafferano	Orzo con purè di patate	Pasta al sugo di pomodoro e basilico	Pasta con patate
Uova strapazzate	Agnello arrosto al rosmarino	Bastoncini di merluzzo impanati al forno	Straccetti di pollo con farina e salsa di brodo	Petto di tacchino al burro e salvia
Patate novelle arrosto	Spinaci all'olio d'oliva	Piselli arrostiti	Carote con olio d'oliva e limone	Insalata mista (inverno)
Pane	Pane	Pane	Pane	Pane
Frutta	Frutta	Frutta	Frutta	Frutta
Quarta settimana				
Pasta al forno con besciamella	Pasta con piselli	Pasta al sugo di pomodoro aglio e prezzemolo	Risotto ai funghi	Zuppa di riso e parmigiano
Polpette di carne mista con salsa di pomodoro	Insalata di tonno	Tacchino arrosto	Crescenza	Frittata alle erbe di campo
Bietola all'olio d'oliva	Ceci al sugo di pomodoro	Patate novelle arrosto	Insalata di finocchi	Insalata verde
Pane	Pane	Pane	Pane	Pane
Frutta	Frutta	Frutta	Frutta	Frutta

Fonte: Laura Rossi et al The Promotions of Sustainable Lunch Meals in School Feeding Programs: The Case of Italy, Nutrients 2021, 13(5), 1571

Parata di stelle

Ha chiuso i battenti nel migliore dei modi la quarta edizione del contest per le migliori catene della ristorazione. Sul podio brand noti e alcune start up nate in piena crisi

Ottantanove finalisti, dieci premiati per categoria, più una menzione speciale. È la sintesi in numeri dell'edizione 2021 di **Foodservice Award**, il contest biennale promosso da **Edifis** e dalle riviste **retail&food** e **Ristorando**, che si è concluso lo scorso 16 novembre al Melià Hotel di Milano, nel corso di una serata di gala cui hanno partecipato quasi 200 invitati. "Dopo quasi due anni bui, era fondamentale ritrovarsi di persona" ha detto il direttore di retail&food, **Andrea Aiello**, aprendo la serata. "Ci aspettavamo una buona partecipazione, ma non con questi numeri. Un successo per noi e per tutto il settore".

E in effetti, al di là delle coppe e dei meritati riconoscimenti, il vero protagonista di questa quarta edizione è stato l'intero mercato della ristorazione a catena, in questo caso rappresentato dalle 89 insegne finaliste, forti di oltre 3mila punti vendita. L'edizione 2021 ha assunto un significato differente rispetto alle precedenti (dal 2015 al 2019) quando era lo specchio di un mercato in ascesa. In mezzo c'è stato il Covid e tutto quel che ha comportato: perdita di clientela e fatturato, affanno per affacciarsi al delivery, necessità di ripensare lo sviluppo retail e introduzione veloce di nuovi servizi e format.

Ad aver sofferto maggiormente sono state le grandi insegne, che da un giorno all'altro si sono trovate a dover chiudere decine di locali, gestire il personale in cassa integrazione (pagata in ritardo dallo Stato), poi riaprire a ranghi ridotti, sperando in una ripresa ancora da consolidare. Ecco perché la premiazione di grandi player italiani e internazionali, come **Roadhouse Grill** (Chef Express), **Old Wild West** (Cigierre), **La Piadineria** e **McDonald's**, è stata tutt'altro che scontata.

Di contro, tante insegne sono nate proprio in questa crisi, tant'è che una percentuale significativa dei finalisti ha partecipato per la prima volta al Foodservice Award. Negli ultimi due anni si sono consolidati importanti filoni di mercato, come quello del poke, che ha visto nascere una galassia di operatori, tra cui spiccano **I Love Poke** e **Poke House**, presenti ormai a livello nazionale. Proprio questo segmento è stato tra i più rappresentati al FA 2021, con una decina di player al gala dinner.

Il prossimo appuntamento con il Foodservice Award sarà nel 2023. Impossibile fare previsioni per allora.

Troppe le variabili. L'unica certezza è che il gotha della ristorazione a catena si ritroverà ancora una volta a fare squadra in occasione del contest targato Edifis Eventi.

PREMIO SPECIALE SOSTENIBILITÀ

PESCARIA

Particolarmente attivo fin dalle origini nel mondo Digital, il format pugliese è tra i primi in Italia completamente plastic free, avendo rinunciato dal 2018 alla plastica monouso. Aderendo poi al Sustainable Restaurant Program, ha ottenuto la certificazione Friend of the Sea, che prevede la promozione di buone pratiche di consumo ecosostenibile del prodotto ittico, favorendo attività di pesca e acquacoltura certificate.

Bartolo Labbate Co-dounder Pescaria a destra
Alessandro Ravecca Presidente Federfranchising

CATEGORIA CAFFÈ

Roberto Ferrero Architetto
c/o Caffè Vergnano1882

CAFFÈ VERGNANO1882

Con 178 caffetterie nel mondo, più altre 100 previste entro il 2024, Caffè Vergnano coniuga l'antico sapere della torrefazione tradizionale a una visione di marketing moderna capace di suscitare l'interesse di grandi player sottolineato dall'alleanza con Costa Crociere e dall'ingresso nel capitale sociale di Coca Cola.

CATEGORIA PIZZA

Claudio Baitelli Amministratore Delegato a sinistra
Alberto Anderloni Giurato

ALICE PIZZA

A 10 anni dalla sua nascita, Alice si conferma leader italiano nella pizza al trancio, con più di 160 punti vendita. La durissima pandemia giunta a ridosso dell'acquisizione del brand da parte di DeA Capital non ha mai interrotto la crescita, sia nei capoluoghi sia nei comuni minori, mentre ora il brand è pronto ad accelerare anche all'estero.

CATEGORIA PANINI

Andrea Valota General Manager La Piadineria a destra Massimiliano Lutti Direttore Vendite AFH Casa Modena

PIADINERIA

Per aver saputo dare seguito nel tempo ad una formidabile crescita perfezionando e implementando una serie di processi che oggi sono rappresentati da un format in grado di essere declinato nei diversi cluster commerciali. E per aver mantenuto costante nel tempo la qualità del prodotto offrendo ad un pubblico sempre più vasto ed eterogeneo un must dello street food romagnolo.

CATEGORIA CARNE

Alfonso Iannotta Marketing Director at Roadhouse S.p.A. a destra Gelsomina Vecchione Food Service Customer Manager Lavazza

ROADHOUSE

Vent'anni dopo l'apertura della prima location, il format di Chef Express continua a crescere puntando su una qualità che non si gusta solamente al tavolo dei ristoranti ma si ritrova anche nei servizi, quelli digitali in primis. Con oltre 11 milioni di clienti all'anno, 1,5 milioni di iscritti al Club Fedeltà e l'App R World già presente su oltre 1 milione di smartphone, è tra le catene steakhouse più diffuse e amate in Italia.

CATEGORIA RISTORAZIONE A TEMA

Rana Edwards e Michael Lewis Fonder a sinistra Massimo Andreis Giurato

I LOVE POKE

Pioniere nel portare il poke in Italia nel 2017, il brand conta oggi oltre 80 punti vendita tra diretti e in franchising, destinati ad aumentare sensibilmente nei prossimi anni. La sua formula si inserisce perfettamente nei trend di consumo post Covid, grazie a un'offerta che abbina aspetti salutistici a un eccellente rapporto qualità prezzo, e si adatta facilmente ai diversi cluster commerciali, da ultimo quello aeroportuale.

CATEGORIA CENTRI COMMERCIALI

Daniele Crucil Responsabile Marketing Cigierre a destra Luca Lucaroni Vice Presidente Vicario di CNCC

OLD WILD WEST

Con oltre 200 ristoranti all'attivo, il brand di ristorazione tex-mex in forza al gruppo Cigierre è sinonimo di food all'interno degli shopping mall e non solo. La sua offerta rivolta a tutta la famiglia, unita alla sua ambientazione fortemente caratterizzata e al rapporto qualità prezzo altamente competitivo, ne fanno un player di riferimento per tutte le principali gallerie commerciali. Ambiziosi i progetti di sviluppo futuro.

CATEGORIA GELATO E CIOCCOLATO

Giovanni e Vincenzo Ferrieri CEO e founder a destra Roberto Bramati Presidente Spazio Futuro

CIOCCOLATITALIANI

Un esempio di brand dalla forte identità, capace di coniugare l'arte di mixare il cioccolato con i prodotti tipici della somministrazione italiana: la gelateria, la caffetteria e la pasticceria, raggiungendo una fruizione personalizzata e totalmente esperienziale che si esprime attraverso un format riconoscibile e fortemente ancorato all'artigianalità del Made in Italy.

CATEGORIA INNOVAZIONE E DIGITAL

Renato Cossidente Retail Marketing Manager a destra Andrea Aiello Giurato

MCDONALD'S

Il primo operatore di ristorazione commerciale per numero di punti vendita in Italia, con 617 ristoranti, dispone di un ecosistema digitale completo e offre ai propri clienti una customer experience pienamente omnicanale. Ristoranti, chioschi digitali, app, operatori delivery, take away… alcune delle leve che McDonald's ha saputo sviluppare e muovere con rapidità ed efficacia anche per superare brillantemente le criticità legate alla pandemia.

CATEGORIA URBAN

Enrico Giurdanella Graphic Designer a destra Francesco Montuolo Vice Presidente Confimprese

SIGNORVINO

Con 2.000 etichette 100% made in Italy, dal 2012 ad oggi la catena di enoteche veneta ha inaugurato 22 location che offrono una ristorazione basata sulla tradizione regionale italiana e la stagionalità. Parte del Gruppo Calzedonia, anche durante la pandemia ha continuato a credere nello sviluppo, realizzando nuovi progetti retail e aprendosi alle partnership B2B con altre catene della ristorazione, cui fornisce una carta di vini da abbinare alla loro proposta food.

CATEGORIA TRAVEL

Sandro Bottega Presidente e Claudia Gambin Business & Concept Development - Stefano Gardini Presidente ATRI a destra

BOTTEGA PROSECCO BAR

Quando il format nasce attorno al prodotto, il prodotto ha successo nel mondo e il canale travel retail è ben presidiato worldwide, ecco una storia di successo.
Bottega Prosecco Bar conta oggi dodici location, di cui quattro in Italia. Principalmente in aeroporti e stazioni ma anche in hotel esclusivi. Un format facilmente replicabile con ottime prospettive future.

Quick service e delivery tengono botta

L’attività estiva non ha portato con sé la spinta che ci si aspettava. E così il foodservice iberico è rimasto solo parzialmente in carreggiata grazie al QSR e alla consegna a domicilio

di AA

Dopo la dichiarazione dello stato di allerta in Spagna nel marzo 2020, le vendite dei servizi di ristorazione nel Paese sono decisamente crollate: -90,3% ad aprile e -32,4% a settembre rispetto agli stessi mesi del 2019. A marzo 2021, le vendite sono diminuite del 30,2% rispetto alla primavera 2019 e ad aprile il calo è stato del 29%. Lo dice un interessante articolo proposto dalla rivista Foodservice and Middle East che vi proponiamo in queste pagine. Queste cifre, tuttavia, rappresentano una media dal momento che ciascuna delle diciassette regioni autonome della Spagna ha adottato provvedimenti diversi per contenere la pandemia. Alcune misure hanno comportato la chiusura di singoli quartieri il “cierre perimetral” altre il coprifuoco notturno “toque de queda”.
L’eterogeneità delle azioni di contenimento della pandemia da regione a regione ma anche da città a città è stato uno degli elementi più faticosi con cui ristoratori indipendenti e catene hanno dovuto fare i conti. **Sergio Rivas**, amministratore delegato di **Beer & Food**, proprietaria di marchi come **Gambrinus** e **Tony Roma’s**, ha affermato che le vendite nei punti vendita in Catalogna sono diminuite dell’80%, mentre quelle degli store di Madrid sono diminuite solo del 20% perché la città aveva regole diverse. **José Luis Yzuel**, presidente dell’Associazione dell’industria alberghiera spagnola, ha pubblicato una stima approssimativa per l’attività estiva del 2021, affermando che le vendite sono diminuite dal 30% al 40% rispetto all’estate del 2019, pari a una perdita in valore di 10 miliardi di euro. Mentre nel 2020, le vendite nelle regioni che dipendono fortemente dal turismo sono crollate dell’80%.

In Spagna molti operatori della ristorazione affermano che gli aiuti forniti dal governo (dilazioni di pagamento e prestiti) non sono sufficienti per fronteggiare queste grosse perdite e quindi non sorprende che le richieste di sostegno e i pacchetti di aiuti immediati siano sempre più all’ordine del giorno. Ad oggi l’Ue si è im-

SPAGNA: LA TOP TEN DELLE CATENE DI RISTORANTI PER PUNTI VENDITA (2020)

Catena	Paese sede	Cibo	Unità	Variazione % vs 2019
Burger King	USA	Hamburger	825	3.1%
Telepizza	Spagna	Pizza	697	-5.7%
McDonald's	USA	Hamburger	535	1.5%
Domino's	USA	Pizza	337	5.0%
100 Montaditos	Spagna	Spagnolo	315	0.6%
La Tagliatella	Spagna	Italiano/Pizza	233	-2.1%
Foster's Hollywood	Spagna	Menu vario	225	-1.7%
Lizarran	Spagna	Spagnolo	200	0.0%
KFC	USA	Pollo	188	5.0%
The Good Burger	Spagna	Hamburger	155	-3.1%

Fonte: Technomic Global Navigator 202

pegnata a sborsare circa 3 miliardi di euro, cifra insufficiente secondo i ben informati dal momento che milione di persone ha già perso il lavoro o è alle prese con impieghi a breve termine. Intanto il gruppo formato dalle associazioni di ristorazione **Hostelería de España**, **FIAB** e **AECOC** prevede che a breve un dipendente su cinque sarà disoccupato.
Secondo la società di consulenza **UVE Solutions**, 261.800 dei 306.700 ristoranti aperti a giugno 2020 erano ancora in attività a giugno di quest'anno, il che si traduce in un calo del 14% o se preferite 45.000 ristoratori che hanno abbassato le serrande. Ma c'è anche chi parla di 100.000 ristoranti in meno a metà 2021 rispetto all'anno precedente. In ogni caso, tutte le fonti concordano sul fatto che siano soprattutto i piccoli ristoranti, bar e discoteche indipendenti a essere stati messi in ginocchio dalla crisi. Solo i big della ristorazione in catena hanno registrato nel periodo preso in esame un aumento del fatturato dello 0,5%. Dato sostenuto anche dall'analisi di **Alimarket** (società di ricerca) che evidenzia in questo ambito 127 nuove aperture.
I negozi che vendono generi alimentari sono stati i veri vincitori durante la pandemia. Secondo il ministero spagnolo dell'agricoltura, della pesca e

dell'alimentazione, la spesa nel settore dell'ospitalità è diminuita del 38% a circa 23,3 miliardi di euro nel 2020, mentre quella nel settore della vendita al dettaglio di prodotti alimentari è aumentata dell'11%. Lavorare da casa ha portato a cucinare fra le mura domestiche ma ha dato un rinnovato impulso, fortunatamente per i ristoratori, all'asporto e al delivery. I dati di **NDP Group** mostrano che, in termini di valore, il business in-store ha rappresentato il 78,1%, l'asporto il 17,4% e il delivery il 4,5%. Quattordici mesi dopo, le rispettive cifre erano 61,5%, 27,6% e 10,9%.
Altre fonti rivelano che diversi nuovi clienti hanno sfruttato l'asporto e la consegna durante le chiusure e i mesi di lavoro da casa. Prima del 2020, il 42% della popolazione spagnola aveva familiarità e utilizzava i servizi di consegna e ritiro, nel 2020 questa percentuale è salita al 53. Di questi circa il 40% degli utenti ha ordinato cibo e bevande su grandi piattaforme come **Glovo**, **Just Eat**, **Deliveroo** e **Uber Eats**. I ristoranti che hanno i propri servizi di

consegna hanno rappresentato il restante 60% delle consegne.
Pizza, hamburger, cibo cinese e sushi sono e rimangono in quest'ordine i bestseller dell'home delivery.
Ma ancora una volta, sono le catene della ristorazione a trarre vantaggio dal trend in atto grazie ai loro processi consolidati. Player come **Burger King** e **Telepizza** hanno registrato aumenti delle vendite fino all'11%. Ma se la passano bene anche le catene di ristorazione di medie dimensioni come **Goiko Grill** e i ristoratori indipendenti, passati con successo ai canali di vendita da asporto e delivery grazie all'uso di dark kitchen. Il modello di consegna ha aiutato anche molti ristoratori di fascia alta a emettere scontrini del valore medio di 18 €. Un buon esempio è il ristoratore tre stelle Michelin **Dani García**, che sul sito del suo ristorante offre nove diversi menu con consegna in sei città, inclusi menu giapponesi, messicani e italiani.
Il settore che è riuscito a crescere nonostante la pandemia, sia in quantità che in valore, è stato quello del fast food, anche se l'espansione delle catene ha subito una clamorosa decelerazione rispetto ai ritmi pre-covid. Burger King ha aperto 26 nuovi negozi, **Malvón**, lo specialista di empanadas argentine, ne ha aperti 20. I marchi di pizza **Pizza Hut**, Telepizza e **Pomodoro Pizza Pasta Burritos** hanno aperto rispettivamente 17, 11 e 10 nuove unità. La solida performance degli operatori del QS va cercata nella relativa facilità con cui sono riusciti a far rispettare le regole di igiene e distanziamento sociale, facendo sostare i clienti nei propri negozi solo per un breve periodo e facendo leva anche su processi e strutture di consegna ben rodati basati su app collaudate.
I ristoranti all'interno dei mall, invece, non hanno potuto godere di un simile slancio considerando che i centri commerciali durante il lockdown sono stati chiusi per molto più tempo rispetto ai negozi nei centri urbani.

Anche bar e panetterie nelle località turistiche sono stati colpiti duramente. Catene come Yogurtería Llao Llao, Manolo Bakes, Muerde la Pasta e Pepe Taco, tuttavia, hanno continuato il proprio sviluppo, con Yogurtería LlaoLlao che ha aperto 16 negozi, Pepe Taco e Manolo Bakes che ne hanno aperti 7 e Muerde la Pasta che ha inaugurato 6 nuovi negozi.
E nemmeno i gestori dei centri commerciali hanno smesso di guardare al futuro con ottimismo. Nonostante tutto, nel 2020 sono stati aperti 6 nuovi mall e altri sono in cantiere. I tempi difficili spesso sfociano in nuove alleanze o acquisizioni. Con il supporto finanziario di **GED Iberian Private Equity**, **Comess Group**, ad esempio, ha acquisito il marchio Pomodoro Pizza Pasta Burritos con le sue 117 sedi in Spagna e Portogallo, nonché il concept di panetteria **Levadura Madre**.
E il gruppo di private equity Cinven ha pagato 1 miliardo di euro per una quota di maggioranza in **Restaurant Brands Iberia** (RB Iberia), che è il master franchisee di Burger King, **Popeyes** e **Tim Hortons** in Spagna.
L'accordo rappresenta la più grande acquisizione nel panorama della ristorazione spagnola fino ad oggi, considerando che Burger King è un peso massimo del QSR iberico, con 851 sedi aperte alla fine dello scorso mese di marzo contro le 537 di McDonald's.
Secondo gli esperti, la pandemia non ha fatto altro che mettere ancor più in evidenza l'avventatezza dei molti ristoratori indipendenti spagnoli che in passato sono cresciuti attraverso scelte poco professionali e non supportate da solidi business plan.
Un'incapacità che anche i politici spagnoli non sono riusciti a compensare fornendo aiuti finanziari o misure di riqualificazione adeguati.

CINVEN ACQUISTA BURGER KING

Il più grande affare nel panorama della ristorazione spagnola fino ad oggi è stato siglato dal gruppo di private equity britannico **Cinven**, che ha acquisito una partecipazione di maggioranza in **Restaurant Brands Iberia** (RB Iberia) per oltre 1 miliardo di euro. RB Iberia, fondata nel 1981, è il master franchisee del marchio statunitense di servizi rapidi Burger King in Spagna dal 2016 e in Portogallo dal 2017. Il gruppo è anche master franchisee per la catena canadese Tim Horton's e ha aggiunto Popeyes Louisiana Kitchen al suo portafoglio nel 2019. Alla fine del 2020, le vendite nei 1.002 punti vendita RB Iberias erano diminuite del 23%. Secondo Cinven, le ragioni principali dell'acquisizione sono state la solida posizione di RB Iberia nel mercato, la rilevanza dei suoi marchi, con Burger King che gestisce 300 negozi in più rispetto a McDonald's in Spagna e la sua forte resilienza alle dinamiche di mercato. "*L'investimento rappresenta un importante catalizzatore per il nostro piano di crescita*", ha detto **Gregorio Jiménez Blasquez**, fondatore e presidente di RB Iberia. I nuovi partner intendono trasformare RB Iberia nel leader nelle soluzioni innovative e sostenibili nel mercato dell'Europa meridionale.

Verso nuovi **traguardi**

Le difficoltà dello scorso lockdown, le incognite del presente e le opportunità da cogliere in futuro sono al centro delle strategie che CIRFOOD riserva al segmento scuole

di AA

Riprendere le fila non solo con un servizio che nel corso del 2020-21 è proseguito a singhiozzo, ma anche rilanciare il momento del pasto a scuola, è la sfida con cui tutte le principali SRC si stanno confrontando in questo momento.
La scuola è universalmente considerata un ambiente privilegiato per l'educazione alimentare e la ristorazione scolastica rappresenta un'opportunità per promuovere alimenti salutari e sostenibili per le giovani generazioni. Ne è ben consapevole anche **CIRFOOD** che a cavallo con la riapertura dell'anno scolastico 2021/22 ha presentato sull'argomento, i risultati di una ricerca condotta da IPSOS per l'Osservatorio CIRFOOD DISTRICT. Come è noto, dallo studio sono emerse in modo netto una serie di criticità generate dall'impatto dello scorso lockdown sulle famiglie con figli in età scolare che possono essere tradotte in un'alimentazione irregolare, sbilanciata e povera soprattutto di frutta, verdura e pesce, portando quasi un bambino su tre ad un preoccupante aumento di peso. Non stupisce quindi che, sempre secondo la ricerca, il 76% dei genitori si sente bene all'idea della riapertura delle mense scolastiche, forte della consapevolezza che il modello alimentare completo e di qualità fornito a scuola sia di grande importanza per la crescita dei propri figli.
Siamo tornati sull'argomento con **Luca Brambilla** National Key Account Director Ristora-

LUCA BRAMBILLA,
National Key Account Director Ristorazione Scolastica di CIRFOOD

zione Scolastica di CIRFOOD, per capire come l'azienda emiliana si stia muovendo proprio alla luce dei risultati della ricerca Ipsos.

"*Per incominciare vorrei sottolineare che l'esperienza maturata durante il 2020 e il 2021 ci ha permesso di sviluppare un grande ventaglio di soluzioni tecniche idonee per il rientro a scuola in sicurezza nel pieno rispetto dei protocolli emessi dal Ministero della Salute e del MIUR. Soluzioni che hanno messo nuovamente al centro l'importanza del pasto nelle scuole e i valori fondanti dell'offerta di ristorazione di CIRFOOD, quali accessibilità, sostenibilità, responsabilità, fondamentali nella scelta di un servizio di qualità, efficiente e sicuro. Essendo ancora in regime pandemico, anche per l'anno scolastico in corso abbiamo dovuto prevedere alcuni extra costi necessari per far fronte all'emergenza. Inoltre, stiamo registrando continui aumenti delle materie prime ed energetici che ci imporranno una revisione complessiva dei costi*".

Risultati e obiettivi

I progetti di CIRFOOD per la ristorazione scolastica sono, naturalmente, in continuità con la visione aziendale denominata *Feed the future*.

Anche alla luce dei risultati emersi dalla ricerca citata poc'anzi, la cooperativa emiliana sta costruendo offerte che mirano sempre più a dare alle famiglie strumenti digitali utili per conoscere al meglio i menu, la provenienza delle materie prime e tutte le informazioni importanti per generare corretti stili di vita nel rispetto dell'ambiente.

La ristorazione scolastica, infatti, viene associata dagli intervistati a una serie di elementi positivi. Tra essi: un menù sano, un momento di educazione alimentare e al consumo consapevole, una dieta equilibrata. Secondo il 90% dei genitori, inoltre, il pasto in mensa con i compagni ha un alto valore sociale, aggregativo e di crescita personale.

Scuola e mensa rappresentano un diritto e un'opportunità ai quali devono poter accedere tutti i bambini, senza discriminazioni.

Partendo da questo presupposto vediamo in che modo CIRFOOD può dare un contributo e cosa si aspetta dalle risorse economiche che il Pnrr ha messo in campo per la costruzione e la riqualificazione degli spazi dedicati alla mensa di alcuni edifici scolastici.

"*Gli investimenti previsti dal PNRR per la riqualificazione delle mense*", prosegue Brambilla, "*rappresentano un'importante occasione per contrastare le disuguaglianze, la povertà nutrizionale e educativa nel Paese e, allo stesso tempo, dare nuova linfa al settore della ristorazione collettiva, in termini di opportunità, occupazione e sviluppo. Secondo le stime di Oricon (Osservatorio Ristorazione Collettiva e Nutrizione) le misure suddette comporterebbero l'assunzione di 10.000 nuovi dipendenti nel comparto. Inoltre, sempre secondo la ricerca IPSOS, è riconosciuto dalle famiglie italiane il valore economico e strategico del nostro settore, a riprova dell'importanza che ricopre per la ripresa del Paese. Secondo gli intervistati la ristorazione scolastica ha effetti positivi sulle imprese del territorio (88%), consente ai genitori di migliorare l'organizzazione familiare (74%) e favorisce l'occupazione femminile generando nuove opportunità lavorative (85%). E ancora, i genitori di bambini che frequentano istituti dove non è presente il servizio di refezione scolastica ne reclamano l'importanza: secondo la ricerca condotta, l'84% di essi ritiene la mensa essenziale in caso di tempo pieno e al contempo, in caso di tempo scuola ridotto, oltre un genitore su due sarebbe interessato a usufruirne. Per CIRFOOD il pasto a scuola è un diritto e auspichiamo che il PNRR possa essere un punto di partenza per ampliare il più possibile questo servizio necessario e renderlo più attuale*".

Salubrità, educazione al consumo consapevole, socialità, crescita personale e, last but non least, sostenibilità. La ricetta di CIRFOOD perché la mensa scolastica coniughi nel migliore dei modi questi fattori passa da un pasto che deve essere un momento unico per la crescita e l'educazione degli adulti di domani: dalla scuola si può iniziare a costruire il futuro, proprio partendo dalla tavola, il luogo ideale dove condividere esperienze e contribuire alla formazione di una cittadinanza evoluta e consapevole.

Dietro a ogni pasto servito nelle mense scolastiche ci sono studi sull'alimentazione equilibrata per i più piccoli, linee guida ministeriali, direttive ASL e nutrizionisti che stilano menu bilanciati e rispettosi di tutte queste indicazioni. Per fare ciò, per CIRFOOD è cruciale ascoltare e osservare i bisogni degli utenti, lavorando a stretto contatto con le direzioni didattiche e i Comuni.

Progettualità, sguardo rivolto al futuro e sostenibilità sono tutti aspetti che devono fare i conti anche con normative che seppur scaturite da buone intenzioni, non sempre si trasformano in un volano per la crescita. Per questo abbiamo voluto chiedere a Brambilla quali sono gli aspetti critici legati all'adozione degli attuali CAM sulla via del rilancio della mensa scolastica.

"*La Sostenibilità è uno dei valori guida di CIRFOOD e, al di là delle normative in vigore, la nostra filosofia di acquisto sostenibile parte dal processo di selezione dei fornitori. Fotografando l'attuale situazione di mercato, i CAM approvati in aprile, in pieno lockdown ed entrati in vigore ad agosto 2020, generano grandi difficoltà per 3 ordini di motivi: volumi disponibili, sostenibilità economica e sostenibilità delle produzioni a filiera corta.*

Da tempo, il nostro settore ha registrato un'attenzione crescente degli utenti verso l'aspetto salutistico e nutrizionale degli alimenti. Un'attenzione che riteniamo importante, frutto anche del nostro impegno per un consumo sempre più consapevole e responsabile. Oggi i fruitori sono sempre più attenti ad alimenti e cibi che siano sani e sostenibili a livello sociale, economico e ambientale, con una particolare attenzione alla tracciabilità e alla trasparenza della filiera, anche se, secondo la ricerca condotta da IPSOS per l'Osservatorio CIRFOOD DISTRICT, tale richiesta è frequente a scuola, ma scarsamente messa in pratica a casa: solo il 10% dei genitori intervistati, infatti, acquista biologico e cibi a km0. Un dato che deve portare ad alcune riflessioni, anche in merito a un'eventuale revisione dei nuovi CAM".

GRAZIE

ALLE AZIENDE CHE HANNO PARTECIPATO
CANDIDANDO I PROPRI FORMAT,
ALLE GIURIE CHE HANNO VALUTATO
LE PERFORMANCE DEI CONCORRENTI,
AGLI SPONSOR CHE HANNO CREDUTO
NELLA MANIFESTAZIONE
E ALLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA
CHE HANNO SOSTENUTO L'AWARD

SPONSOR PLATINUM

SPONSOR GOLD

SPONSOR SILVER

ASSOCIAZIONI PARTNER

PROMOSSO DA

Ristorando

retail & food

Eventi EDIFIS

EDIFIS SRL
VIALE CONI ZUGNA, 71
20144 MILANO
INFO@FOODSERVICEAWARD.IT
WWW.FOODSERVICEAWARD.IT

I VINCITORI

CAFFÈ

PIZZA

PANINI

CARNE

RISTORAZIONE A TEMA

GELATO & CIOCCOLATO

CENTRI COMMERCIALI

TRAVEL

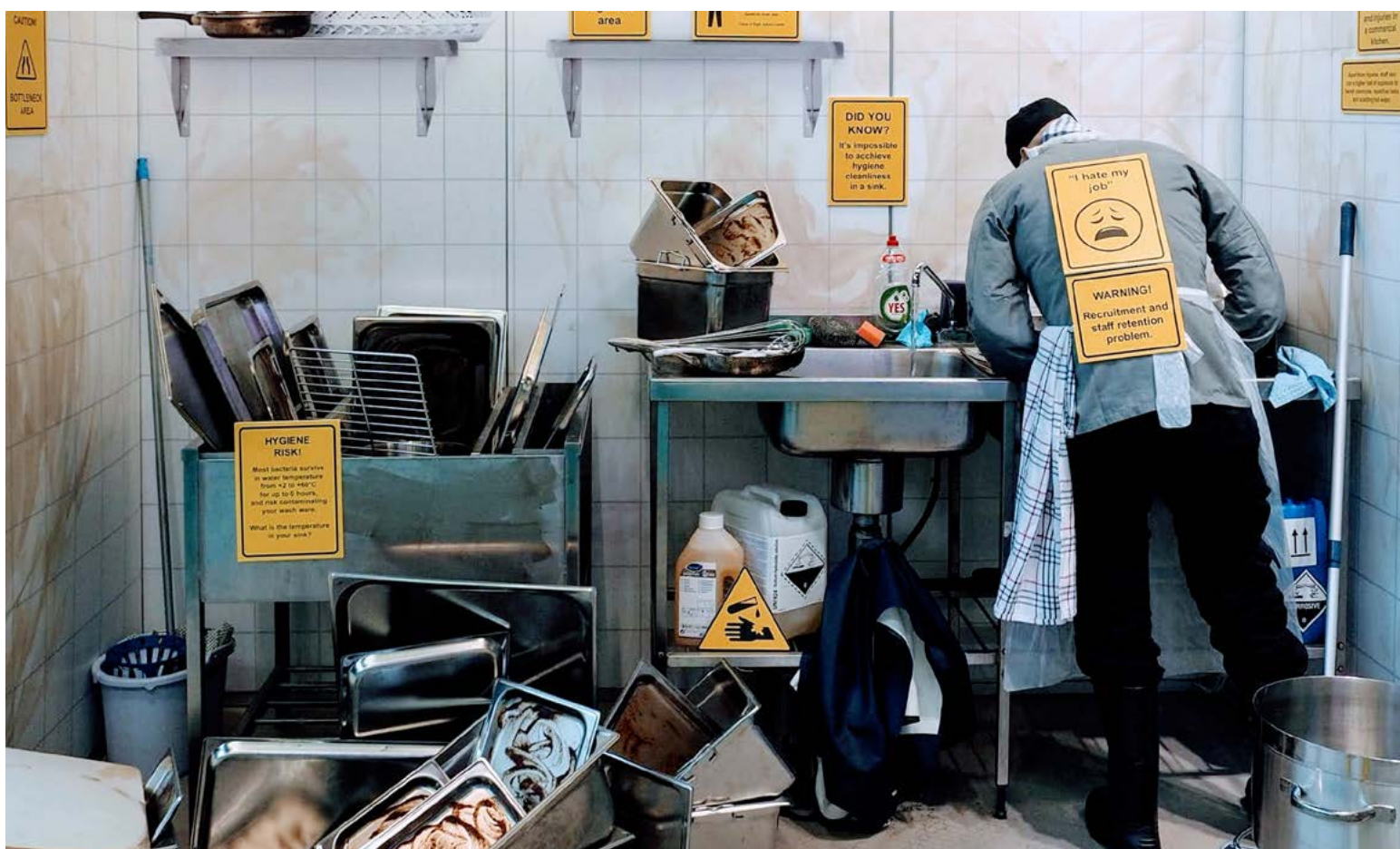
URBAN

INNOVAZIONE E DIGITAL

SPECIALE SOSTENIBILITA'

Il futuro delle attrezzature **secondo Host**

Ecco in quale direzione va l'equipment di ultima generazione e quali soluzioni si prospettano sul fronte del risparmio energetico e della sostenibilità

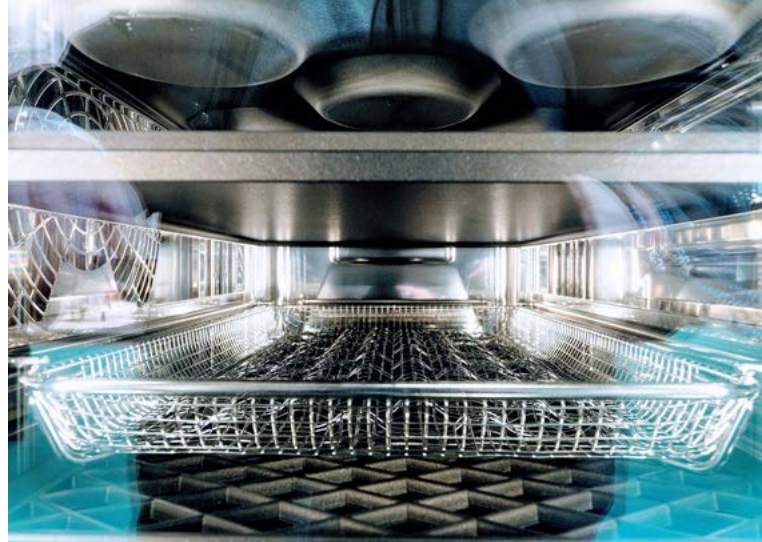
di C. Lovisatti

È sempre difficile condensare in poche pagine e in una lettura a caldo una manifestazione complessa come **Host**.
Questa edizione in particolare non può prescindere da un contesto fortemente articolato come quello che stiamo vivendo, fatto di colori particolarmente forti e netti e che, superato uno dei peggiori anni attraversati dal settore, si rivela per certi versi anche più difficile di quello della grande crisi del 2008/9. Il 2021 si sta tuttavia delineando come uno dei momenti più dinamici della recente storia. L'industria si trova a fronteggiare la pesante minaccia costituita dalla carenza delle materie prime e dei componenti strategici, unita a un generale aumento dei costi anche della logistica.
A questo proposito, uno studio di riferimento è stato presentato a fine ottobre da Studiabo che si basa su dati aggiornati a fine settembre 2021.
A completamento del quadro, ci si interroga su quali strade e processi si orienterà la domanda alla luce delle variazioni intervenute durante il lockdown; in particolare quali saranno il peso e le caratteristiche della delivery e quale dovrà, di conseguenza, essere la risposta dell'industria per consentire di ottimizzare i nuovi processi produttivi e distributivi dei pasti.

Torniamo ad Host: è quindi innegabile che questo anno particolarmente difficile abbia inciso negativamente sugli investimenti di ricerca e sviluppo e sulle attività di marketing e comunicazione dell'industria, con il conseguente impatto sulla manifestazione.
Fatta questa premessa, attendendo da Host i dati consuntivi e la valutazione dell'attrattività di questa edizione, i segnali sui prodotti e sui processi che si sono potuti cogliere in fiera sono sicuramente interessanti e significativamente positivi.
Iniziamo ad analizzare la situazione dei forni e degli abbattitori, che si continuano a proporre come le attrezzature con il maggior tasso di innovazione e con una sempre più netta vocazione multifunzionale.
Sui forni, la gamma operativa tende a coprire un range di funzionamento che va dalla cottura a bassa temperatura - retaggio sino a tempi recenti delle sole macchine specializzate in bagno d'acqua - sino al fritto ed al grigliato, divenendo diretti concorrenti delle relative attrezzature specialistiche e riscoprendo in chiave innovativa le microonde.
Analogo sviluppo hanno mostrato gli abbattitori che, in alcuni casi, si sono dotati di elementi riscaldanti per eseguire il ciclo di cottura a bassa temperatura seguito, sulla stessa macchina, da quello di abbattimento e successiva conservazione. In entrambe le apparecchiature l'elettronica a bordo macchina si è evoluta sia in termini di interfaccia, sempre più intuitiva e funzionale con gli operatori, sia di dialogo con strutture remote.
Introduciamo così uno dei motivi sempre più ricorrenti che ha trovato spazio tra i padiglioni, ovvero il tema della connettività - trasversale tra le attrezzature di cottura, refrigerazione e lavaggio - nelle sue declinazioni fondamentali: dialogo con strutture remote ai fini di garantire un monitoraggio costante delle prestazioni anche in chiave HACCP; dialogo con le strutture di service per la gestione ottimale dei servizi di manutenzione; ricettari da cogliere dalle... nuvole e, non ultima, la coerenza con le specifiche necessarie per poter cogliere i benefici fiscali oggi previsti dalla normativa.
A questo proposito è sicuramente di particolare interesse segnalare quanto emerso in occasione della tavola rotonda organizzata da Fipe e Efcem Italia. L'incontro, svoltosi in Fiera lo scorso 23 ottobre, ha presentato una serie di iniziative congiunte tra le due associazioni per portare alle Istituzioni una proposta di intervento finalizzata proprio all'adozione da parte dei ristoratori di attrezzature di ultima generazione.
L'obbiettivo ambizioso, ma possibile, è di portare in tempi brevi un aggiornamento tecnologico e ad una integrazione digitale di almeno un terzo dei nostri ristoranti nei prossimi 5 anni garantendo un risparmio energetico di almeno il 30 %, un significativo abbattimento dei costi operativi e, in sintesi, l'incremento della competitività dell'offerta ristorativa italiana.

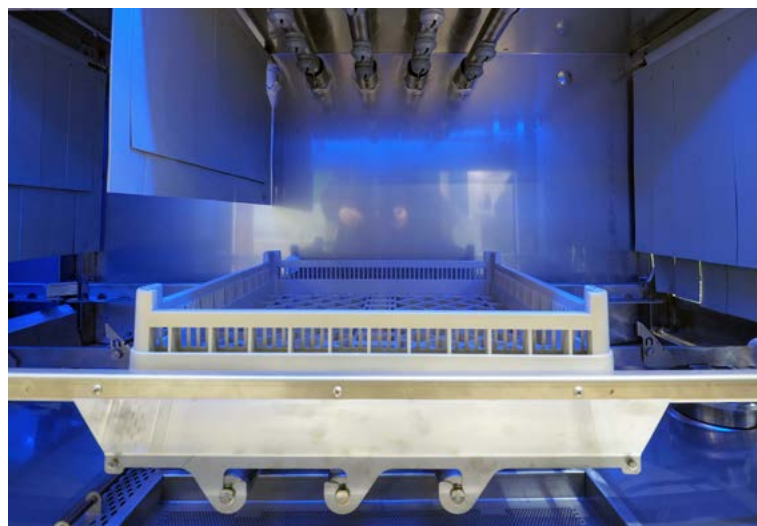
EFCEM ITALIA

EFCEM Italia è l'Associazione Confindustriale che, in seno ad APPLiA Italia, riunisce le imprese del settore professionale per ristorazione e ospitalità rappresentando i comparti della cottura, lavaggio e refrigerazione per tutte le linee di prodotto che vanno dalla conservazione degli alimenti alla loro lavorazione, alla cottura ed alla loro distribuzione, al lavaggio delle stoviglie ed al lavaggio e trattamento della biancheria. Un comparto industriale per l'Ho.Re.Ca. che vede l'Italia leader mondiale con un fatturato che supera i 5 miliardi di euro l'anno. L'Associazione rappresenta il settore italiano nell'ambito di EFCEM - European Federation of Catering Equipment Manufacturers.

Igiene e salute

Un altro tema che ha trovato ampia eco tra i prodotti presentati è quello della sicurezza igienica che ha toccato con maggior insistenza due tipologie di attrezzature apparentemente lontane tra loro: le lavastoviglie e gli impianti di trattamento aria nelle cucine. La risposta dei produttori di lavastoviglie si è prevalentemente orientata verso l'adozione di cicli di lavaggio e risciacquo certificati, ma non sono mancate proposte che prevedono l'utilizzo dell'ozono. Questa soluzione ha visto decisamente orientati anche i produttori di impianti

per il trattamento aria delle cucine, comparto ampiamente rappresentato in fiera.
Per quanto riguarda le aree di cottura, non sono molte sono le novità proposte per le cucine modulari nelle diverse dimensioni. Questi prodotti sembrano aver raggiunto, almeno per quanto si è visto, una sostanziale stabilità evolutiva delle versioni a gas sia pur con aggiornamenti sugli aspetti igienici e di pulibilità oltre ad una ottimizzazione delle prestazioni. Indubbiamente, più spazio in termini di evoluzione è lasciato alle versioni elettriche, con molteplici proposte applicative dell'induzione: dalle più tradizionali ad alcune soluzioni veramente originali ed innovative. Non si sono tuttavia viste ipotesi di connettività per le cucine elettriche anche se è facile ipotizzare che questa sarà la prossima frontiera, ancora frenata sul mercato italiano dal costo e dalla disponibilità di energia elettrica.
Le cucine monoblocco o pseudo-tali, erano presenti in tutti gli stand di produttori di linee di cottura con due ormai consolidate tendenze: linee tradizionali legate al design francese "d'antan" e linee di design moderno e con una forte impronta di pulibilità. Queste ultime hanno avuto una notevole evoluzione in questo periodo e si sono viste diverse proposte con estetiche di alto livello ed ampio uso del colore.
Il mondo della refrigerazione ha evidentemente concentrato gli sforzi di sviluppo sugli abbattitori, come abbiamo visto più sopra, per cui poche sono le novità sui frigoriferi tradizionali, concentrate più su razionalizzazioni industriali che su innovazioni di proposta. Va rilevato tuttavia che l'assenza di molti importanti produttori nazionali, non consente una reale lettura del comparto.
Una nota va però menzionata sul modesto rilievo che è stato dato all'etichettatura energetica, forse perché già metabolizzata o forse per una reazione ancora abbastanza debole degli utenti. In merito l'Istituto di ricerche IXE' ha svolto per EFCEM Italia e FIC (Federazione Italiana Cuochi) uno studio sul livello di conoscenza degli utilizzatori finali delle novità offerte dal mercato dal quale è emerso che siamo solo agli inizi di un percorso conoscitivo che dovrà impegnare associazioni di categoria ed aziende, attività che risulta indispensabile per garantire un futuro di alto profilo tecnologico alle nostre cucine. Lo studio è stato presentato nella Food - Technology lounge durante la manifestazione.
Ritornando al mondo delle lavastoviglie, altri due temi sono stati messi chiaramente in evidenza: lo sviluppo dei sistemi di recupero stoviglie destinati alle medie e grandi installazioni e quello, trasversale su tutte le macchine, dei consumi energetici. Le attese di una normativa che consenta una etichettatura energetica anche per questi prodotti sono abbastanza alte e le associazioni di categoria si stanno impegnando nella messa a punto del protocollo per fare definitivamente chiarezza sul tema. Anche su questo tema, EFCEM Italia sta giocando un ruolo fortemente propulsivo: il nostro Paese, come è emerso nettamente tra i corridoi di Host, è infatti uno dei principali produttori a livello mondiale anche per queste linee di prodotto.
Altri tre temi si possono infine proporre per una riflessione post fiera: le macchine per sottovuoto, le macchine dinamiche di preparazione, le attrezzature specializzate nei pre-trattamenti.
Le macchine per sottovuoto iniziano a dotarsi di elettronica sempre più sofisticata, come è logico debba essere per una attrezzatura che sta lasciando il suo ruolo di macchina ausiliaria per divenire parte integrante del processo non solo nel ciclo della cottura a bassa temperatura. Logiche di tracciabilità e connettività sono destinate a divenire imprescindibili per i prodotti inseriti in questo processo.

Un nuovo melting pot

Nel contempo, appare evidente che la pura funzione di sottovuoto stia sempre più stretta a queste apparecchiature. È quindi facile immaginare, ed in fiera si sono visti i primi esempi, che questi prodotti sono destinati anche ad un futuro polifunzionale.
Le macchine dinamiche di preparazione, sono state collocate per molti anni in una specie di limbo di modesto interesse in un mondo che puntava all'acquisto del semilavorato. Oggi la tendenza si è completamente invertita: la selezione ed il trattamento delle materie prime è sempre più una fase strategica della qualificazione del locale ed il loro trattamento nelle migliori condizioni un "must" imprescindibile. Pochi i segnali e derivati direttamente dalle proposte destinate alla cucina domestica.
In questo filone si inserisce il tema delle attrezzature specializzate nei pretrattamenti - dalla frollatura all'essiccazione, all'affumicatura - ampiamente proposti nel Salone. In chiusura, una breve nota sul mercato della ristorazione: così come per molte attrezzature strategiche la definizione "classica" diviene sempre meno esplicativa delle reali funzioni, sta così divenendo sempre più difficile categorizzare il mondo della ristorazione secondo le definizioni che ci stavano accompagnando da almeno mezzo secolo. Escludendo il campo dei locali di alta gamma, giustamente arroccati alla difesa della propria identità e servizio, oggi i ristoranti hanno inglobato attività di bar, gastronomia ed asporto e viceversa. Anche la Gdo ha inserito il ristorante tra i suoi servizi. Queste trasformazioni sono ormai una realtà consolidata dove i negozi di prossimità si integrano con i ristoranti; è un "melting pot" di particolare interesse e complessità a cui si dovrà dedicare una approfondita analisi, probabilmente dopo una necessaria fase di sedimentazione. Ne riparleremo tra qualche mese.

Al servizio **della terza età**

Le novità dell'azienda specializzata in soluzioni per la ristorazione collettiva pensate per la corretta alimentazione degli anziani

La pandemia da Covid-19 ha ricordato a tutti noi il valore universale della salute, la sua natura di bene pubblico fondamentale nella popolazione più fragile quella anziana. **L'evoluzione demografica della popolazione italiana con sempre più anziani**, ha fatto emergere due problemi principali, a cui il sistema assistenziale italiano è chiamato con urgenza a far fronte:

- Età media sempre più alta (>85 anni);
- Maggior incidenza di poli patologie croniche, tra cui: malattie cardiovascolari, neurologiche, neoplastiche, metaboliche, e problemi di deglutizione.

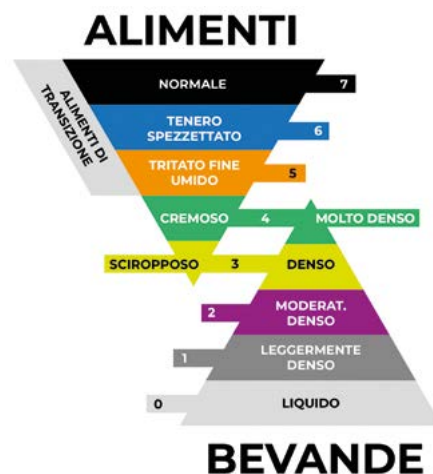
La presa in carico di anziani con disfagia necessita di una terapia nutrizionale specifica, atta ad evitare l'insorgenza di polmoniti ab-ingestis, soffocamento e malnutrizione.

Mangiare non è soltanto nutrirsi, bensì anche piacere sensoriale, memoria, cultura.

Una alimentazione corretta

Unendo l'esperienza della propria divisione nutrizionale interna e con un pool di professionisti del settore composto da nutrizionisti, dietisti, chef ed esperti della Ristorazione Collettiva, **Ristocloud** ha implementato un progetto sulla corretta alimentazione degli anziani. L'obiettivo è dare, attraverso la stesura di un **prontuario dietetico comprensivo di menù e ricette**, uno strumento utile e pratico per gestire la ristorazione all'interno delle strutture per anziani, al fine di garantire la sicurezza nutrizionale. Particolare attenzione è rivolta alle patologie più diffuse e ai problemi di disfagia, con specifici consigli relativi agli alimenti da preferire e da evitare. Il **Prontuario Dietetico è stato poi tradotto in un ricettario fruibile direttamente dalla piattaforma Ristocloud**, con dettagliata informazione sugli ingredienti, sulle corrette modalità di preparazione, sulle tecniche di cottura, contenuto nutrizionale e degli allergeni eventualmente presenti, nel rispetto della normativa Comunitaria (Reg. UE n° 1169/2011). Ogni ricetta è stata classificata sulla base di un codice colore e relativa numerazione dei protocolli dell'**International Dysphagia Diet Standardization Initiative (IDDSI)** che ha creato una terminologia e delle definizioni standardizzate per definire le consistenze degli alimenti e spessore delle bevande per migliorare la sicurezza e la cura delle persone con disfagia o disturbi della deglutizione.

Contro la malnutrizione

Inoltre, al fine di evitare l'insorgenza di malnutrizione in una popolazione di anziani istituzionalizzati, si devono soddisfare i fabbisogni nutrizionali specifici e adottare, nell'ambito delle strutture residenziali, adeguate norme di **rilevazione dei reali consumi alimentari**, associate a un'efficace ed efficiente valutazione del rischio nutrizionale e del gradimento del pasto. Nell'assistenza al pasto deve essere inclusa la compilazione del **Diario Alimentare**. Strumento utilizzato per valutare l'assunzione reale di alimenti e bevande e definire di conseguenza il rischio di malnutrizione. **Ristocloud** offre un modulo di facile compilazione per consentirne l'utilizzo in tempo reale al momento della somministrazione, così da permettere al personale competente il calcolo delle ingesta (con score numerico o con definizione delle quote calorico-proteiche) meglio se integrato anche con la rilevazione dell'idratazione. Concludendo questo progetto vuole essere uno strumento per la prevenzione e cura delle patologie correlate in ambito assistenziale, pur dovendo rispettare i gusti e le aspettative degli ospiti delle residenze per anziani.

RISTOCLOUD GROUP
Via Risorgimento 20 - 37019 Peschiera del Garda (VR)
Tel. + 39 045 6402881 - Fax +39 045 6402872
info@ristocloudgroup.com - www.ristocloudgroup.com

Gesa, sviluppo
e patrimonio ok

Nonostante il calo dei ricavi registrato a causa del Covid, i numeri dei brand CioccolatItaliani e Pizzeria Italiana Espressa rimangono positivi

a cura di Maria Grazia Ferrari e Raffaele Pisano - Studio Vergallo Brivio & Associati

Buone notizie in casa **Gesa srl**, la holding operativa che controlla il **Gruppo Gesa**, la cui attività è la gestione, per il tramite delle controllate, dello sviluppo di una rete diretta e in franchising di punti vendita a marchio **CioccolatItaliani** e **Pizzeria Italiana Espressa**. Come tutto il settore della ristorazione nell'esercizio 2020, anche il gruppo è stato duramente colpito dalla pandemia, come si evince dai dati del bilancio analizzati relativi a 2019 e 2020. È evidente come le restrizioni imposte dal Governo a causa della pandemia nel 2020 abbiano generato una contrazione dei ricavi di circa euro 2,1 milioni rispetto all'esercizio precedente (circa il 30% in meno). I ricavi 2020, circa 5 milioni di euro, non sono stati sufficienti a coprire i costi della produzione sostenuti nel medesimo esercizio, seppur quest'ultimi, rispetto al 2019, si siano a loro volta ridotti di circa 1 milione di euro. Il risultato operativo, calcolato quale differenza tra ricavi e costi della produzione, è dunque negativo per 363.557 euro, contro un risultato positivo di euro 218.955 dell'anno precedente. Gesa Srl ha chiuso entrambi gli esercizi in perdita. Nell'anno 2019 la perdita d'esercizio è stata principalmente causata dalla svalutazione di partecipazioni per oltre 880mila euro, che ha eroso il reddito operativo conseguito. Nell'anno 2020 la perdita di euro 397.053, invece, è stata totalmente generata dalla contrazione del fatturato.

Rivalutazione del marchio

La società è comunque ben patrimonializzata. Le perdite conseguite non intaccano il patrimonio netto, che al 31.12.2020, ammonta a oltre 18 milioni di euro e ciò anche in considerazione della riserva di rivalutazione iscritta nel 2020 fra le poste del pa-

trimonio netto. Infatti, come si legge nella nota integrativa al bilancio 2020, la società nel corso dell'esercizio si è avvalsa di alcune facoltà previste dalla legge.
Tra queste, Gesa ha rivalutato il marchio CioccolatItaliani sulla base di una perizia di stima redatta da un esperto del settore e il saldo attivo di rivalutazione, al netto dell'imposta sostitutiva, pari a complessivi euro 6,4 milioni, è stato iscritto in una apposita riserva di patrimonio netto. Inoltre, il gruppo non ha effettuato gli ammortamenti d'esercizio, così come consentito dal D.L. 104/2020 (convertito con modificazioni nella Legge 126 del 13 ottobre 2020), deliberando invece il vincolo di un'apposita riserva indisponibile, da costituire nel prossimo esercizio. Qualora la società avesse regolarmente ammortizzato i propri cespiti avrebbe conseguito una maggior perdita pari a 108.148 euro, corrispondente al costo degli ammortamenti per l'anno 2020.

	31/12/2020	31/12/2019	Δ
Attività immobilizzate	13.360.719	6.430.519	6.930.200
Attività correnti	15.484.346	14.108.700	1.375.646
Passività consolidate	3.012.928	2.234.853	778.075
Passività correnti	7.609.372	5.698.546	1.910.826
Patrimonio netto	18.222.765	12.605.820	5.616.945
Valore della produzione			
Fatturato	4.711.659	6.862.577	- 2.150.918
Contributi in conto esercizio	43.929	-	43.929
Altri ricavi e proventi	474.074	3.300	470.774
Totale valore della produzione	**5.229.662**	**6.865.877**	- 1.636.215
Costi della produzione			
per materie prime, sussidiarie, consumo e merci	2.999.422	3.444.338	- 444.916
per servizi	773.202	868.337	- 95.135
per godimento di beni di terzi	591.414	825.260	- 233.846
per il personale	727.808	1.026.017	- 298.209
ammortamenti e svalutazioni	71.804	117.990	- 46.186
variazione rimanenze	80.947	- 202.755	283.702
accantonamenti per rischi	-	33.100	- 33.100
oneri diversi di gestione	348.622	534.635	- 186.013
Totale costi della produzione	**5.593.219**	**6.646.922**	- 1.053.703
Risultato operativo	- 363.557	218.955	- 582.512
Risultato di esercizio	- 397.053	- 459.054	62.001

Nuove aperture

Nonostante la pandemia da Covid-19 e le conseguenze della stessa, nel corso dell'esercizio 2020 la società Gesa S.r.l. è stata comunque focalizzata sullo sviluppo e sulla crescita del gruppo.
Sono andate in porto nuove aperture dirette a marchio CioccolatItaliani e Pizzeria Italiana Espressa in diverse regioni di Italia e mediante aperture di punti vendita in franchising sul mercato estero. Inoltre, è stato presidiato il mercato di riferimento, e il relativo posizionamento, al fine di contenere gli impatti derivanti dalla pandemia. Il Gruppo Gesa, soltanto nel corso dell'esercizio 2020, ha completato la costruzione di 8 nuovi punti vendita diretti, con conseguente apertura al pubblico di 6 nuovi store, sia a marchio CioccolatItaliani sia a marchio Pizzera Italiana Espressa. La pandemia e lo sviluppo non hanno comunque intaccato la struttura finanziaria della società, la quale (vedi tabella in pagina) si può ritenere soddisfacente, tenuto anche conto che l'esercizio 2020 non è stato un anno "normale" per il settore della ristorazione.

	Valore numerico	
Indice di indipendenza finanziaria	0,63	Esprime il rapporto tra capitale netto e totale finanziamenti. Un indice inferiore a 0,33 segnala una bassa autonomia finanziaria e una struttura finanziaria pesante; valori compresi tra 0,33 e 0,55 segnalano una struttura finanziaria da tenere sotto controllo; valori tra 0,55 e 0,66 evidenziano una struttura soddisfacente; valori superiori a 0,66 indicano notevoli possibilità di sviluppo.
Indice di liquidità	2.03	Se inferiore a 1 situazione pericolosa: incapacità di far fronte ai propri impegni. Valori compresi tra 1 e 2 rappresentano una corretta dimensione.

La Borsa delle Imprese
della Ristorazione Moderna

Foto di Hoja Studio su Unsplash

I contratti del mese in Italia pag. 64

Foto di Alex Haney su Unsplash

Foto di Jonathan Borba su Unsplash

Progressione **continua**

Foto di Dan Gold su Unsplash

Ennesimo balzo in avanti per il monitor, che tocca quota 451 contratti, più 56 rispetto alla precedente rilevazione. Sono scuole e commerciale a crescere maggiormente, stavolta a pari merito con 24 contratti aggiunti per entrambi i segmenti (con il poke a fare da protagonista dell'aumento nei centri città e nei mall). Salgono di 6 le segnalazioni alla voce sociosanitaria (72 in tutto) e di uno il bottino dei buoni pasto (16 in totale). Ferme aziende e vending.

(Nella ottava rilevazione abbiamo censito 451 contratti e 105 imprese)

Foto di Benu Marinescu su Unsplash

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE
DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulti la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.

Case di Cura, Cliniche, Ospedali

ALL FOOD SPA	2 contratti precedenti
CAMST	2 contratti precedenti
CORISAR SAS	2 contratti precedenti
DUSSMANN SERVICE ♦ **AZIENDA SOCIO SANITARIA LOCALE N° 5 "SPEZZINO"** 1 contratto precedente	2 contratti
EURORISTORAZIONE SRL ♦ **AZIENDA SOCIO SANITARIA LOCALE N° 2 "SAVONESE"**	1 contratto
FABBRO FOOD SPA	3 contratti precedenti
INNOVA SPA	3 contratti precedenti
LA CASCINA GLOBAL SERVICE	1 contratto precedente
NOI SCS ♦ **SERVIZIO DI RISTORAZIONE OSPEDALIERA DEGENTI E MENSA DIPENDENTI OCCORRENTE AL PP.OO DI BUSTO ARSIZIO, GALLARATE, SARONNO E SOMMA LOMBARDO DELL'ASST VALLE OLONA**	1 contratto
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente
SERIST	1 contratto precedente
SLEM SRL ♦ **SERVIZIO DI RISTORAZIONE OSPEDALIERA DEGENTI E MENSA DIPENDENTI OCCORRENTE AL PP.OO DI BUSTO ARSIZIO, GALLARATE, SARONNO E SOMMA LOMBARDO DELL'ASST VALLE OLONA**	1 contratto
SODEXO ITALIA	1 contratto precedente
VIVENDA	2 contratti precedenti

Case di riposo, Case Protette, Servizi assistenziali

ARMA SRL	1 contratto precedente
CAMST	3 contratti precedenti
CIRFOOD ♦ **AZIENDA PUBBLICA DI SERVIZI ALLA PERSONA "CENTRO RESIDENZIALE MATTEO REMAGGI"** 8 contratti precedenti	9 contratti
DEUTSCHORDENSSCHWESTERN PROVINZHAUS LANA	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE	5 contratti precedenti
ELIOR	4 contratti precedenti
EURORISTORAZIONE	6 contratti precedenti
GEMEAZ ELIOR	1 contratto precedente
GRA DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS	1 contratto precedente
MEDIHOSPS COOP. SOCIALE ONLUS	1 contratto precedente
RISTORAZIONE OTTAVIAN	5 contratti precedenti
SER CAR RISTORAZIONE COLLETTIVA SPA	3 contratti precedenti
SERENISSIMA RISTORAZIONE	2 contratti precedenti
SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE	2 contratti precedenti
SODEXO ♦ **CASA DI RIPOSO "GINO E PIERINA MARANI" - I.P.A.B. DI VILLORBA (TV)** 2 contratti precedenti	3 contratti
SOLARIA SOC. COOP. A.R.L.	1 contratto precedente
VIVENDA	1 contratto precedente

Forze Armate e Corpi Militarizzati

BIORISTORO ITALIA	1 contratto precedente
GLOBAL SERVICE	1 contratto precedente
KLASS SERVICE SRL	1 contratto precedente
IMPRESA RAG. PIETRO GUARNIERI - FIGLI S.R.L.	1 contratto precedente
LADISA	2 contratti precedenti
NOI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIAL	1 contratto precedente
RICA SRL	1 contratto precedente
S.L.E.M. SRL	1 contratto precedente

Mense Aziendali

CAMST	1 contratto precedente
CIRFOOD	4 contratti precedenti
COMPASS GROUP	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE	2 contratti precedenti
ELIOR	1 contratto precedente
SER CAR RISTORAZIONE COLLETTIVA SPA	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente

Scuole Private ed Università

ALL FOOD SPA ♦ **UNIVERSITA' STUDI PERUGIA SEDE NARNI (TR)**	1 contratto
CIMAS SRL	2 contratti precedenti
CIRFOOD	1 contratto precedente
CLIPPER S.A.S.	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE	2 contratti precedenti
ELIOR RISTORAZIONE	1 contratto precedente
GEMOS SOC. COOP.	1 contratto precedente
ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI SRL	2 contratti precedenti
LA CASCINA GLOBAL SERVICE	1 contratto precedente
PANACEA SRL	1 contratto precedente
RISTORAZIONE OTTAVIAN	1 contratto precedente
SCAMAR SRL	1 contratto precedente
TURIGEST SRL	2 contratti precedenti
VIVENDA	3 contratti precedenti

Scuole Pubbliche

BIORISTORO ITALIA SRL 1 contratto
♦ COMUNE DI LARIANO

CAMST 14 contratti
♦ COMUNE DI SANTO STEFANO BELBO
13 contratti precedenti

CIMAS SRL 1 contratto precedente

CIRFOOD 17 contratti
♦ A.R.D.S.U. TOSCANA
♦ CENTRALE UNICA DI COMMITTENZA DELL'UNIONE BASSA EST PARMENSE
♦ COMUNE DI MODENA
14 contratti precedenti

C.S.R. CONSORZIO SOCIALE ROMAGNOLO 1 contratto precedente

COMPASS GROUP 3 contratti precedenti

COOPERATIVA DI LAVORO SOLIDARIETÀ E LAVORO SCARL 1 contratto precedente

COOPERATIVA ITACA 1 contratto precedente

DIAPASON SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE 1 contratto precedente

DUSSMANN SERVICE 12 contratti
♦ COMUNE DI CERVIGNANO DEL FRIULI
11 contratti precedenti

ELIOR RISTORAZIONE 9 contratti
♦ COMUNE DI CIPRESSA (IM)
♦ COMUNE DI COSTARAINERA (IM)
7 contratti precedenti

EP SPA 1 contratto
♦ COMUNE DI RONCIGLIONE

EURORISTORAZIONE 12 contratti
♦ COMUNE DI POVEGLIANO VERONESE (VR)
♦ COMUNE DI SAN PIETRO IN CARIANO (VR)
10 contratti precedenti

FELSINEA RISTORAZIONE 1 contratto precedente

G.M.I. SERVIZI S.R.L. 2 contratti precedente

GEMEAZ ELIOR 3 contratti precedenti

GEMOS SOC. COOP. 2 contratti
♦ COMUNE DI BELLARIA IGEA MARINA
1 contratto precedente

GLM RISTORAZIONE SRL 1 contratto precedente

GRA DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS 1 contratto precedente

INNOVA SPA 1 contratto precedente

ITACA 1 contratto precedente

LABOR SOCIETÀ COOPERATIVA 1 contratto precedente

L'ARTE DEL CATERING DI COLLOCA SIMONA & C. S.A.S. 1 contratto precedente

LA BOTTEGA DEL BUONGUSTAIO SAS 2 contratti
♦ COMUNI DI SONA (VR)
♦ CASTELNUOVO DEL GARDA (VR)

LA CASCINA GLOBAL SERVICE 4 contratti precedenti

LA MEDITERRANEA SOC.COOP. 1 contratto precedente

LA PESCHIERA SOC. COOPERATIVA 1 contratto
♦ UNIONE DEI COMUNI MONTANI AMIATA GROSSETANA

LADISA 1 contratto
♦ COMUNE DI SALICE SALENTINO (LE)

MARKAS 5 contratti precedenti

MEDIHOSPES COOPERATIVA SOCIALE ONLUS 1 contratto precedente

PELLEGRINI 2 contratti precedenti

PUNTO RISTORAZIONE 3 contratti
♦ COMUNE DI COMUN NUOVO (BG)
2 contratti precedenti

R.I.C.A. SRL 1 contratto
♦ COMUNE DI PIGLIO (FR)

RISTORAZIONE OTTAVIAN 6 contratti precedenti

SCAMAR SRL 1 contratto
♦ COMUNE DI CATANZARO

SERENISSIMA RISTORAZIONE 2 contratti precedenti

SER CAR RISTORAZIONE COLLETTIVA SPA 6 contratti precedenti

SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE SRL 1 contratto precedente

SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE 3 contratti precedenti
♦ COMUNE DI PISOGENE
3 contratti precedenti

SIRIO 1 contratto precedente

SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE SRL 1 contratto precedente

SODEXO 13 contratti precedenti

SOLARIA SOC. COOP. A R.L. 1 contratto precedente

SORICO SRL 1 contratto
♦ COMUNE DI CATANZARO

TURIGEST SRL 1 contratto
♦ COMUNE DI S. CESARIO DI LECCE (LE)

VIVENDA 10 contratti
♦ COMUNI DI SONA (VR)
♦ CASTELNUOVO DEL GARDA (VR
8 contratti precedenti

Esercizi Urbani e Centri Commerciali

AL DENTE	1 contratto precedente
ALICE PIZZA	1 contratto precedente
BERBERÈ	1 contratto precedente
BILLY TACOS	1 contratto precedente
BOTTEGA PROSECCO	1 contratto precedente
BURGER KING	1 contratto precedente
BURGEZ ♦ VERONA 4 contratti precedenti	5 contratti
CAFFÈ PASCUCCI RISTORAZIONE	1 contratto precedente
CAFFÈ VERGNANO 1882	4 contratti precedenti
CHANGE FOOD	1 contratto precedente
CHEF EXPRESS	3 contratti precedenti
CIRFOOD	1 contratto precedente
CUORI DI SFOGLIATELLA	1 contratto precedente
DISPENSA EMILIA	1 contratto precedente
FIVE GUYS	1 contratto precedente
FRESCO	1 contratto precedente
FUD BOTTEGA SICULA	1 contratto precedente
GIAPPOKE	1 contratto precedente
GRUPPO CAPRI	1 contratto precedente
GŪD MILANO	1 contratto precedente
HAMERICA'S ♦ VIA ZAMBONI, BOLOGNA	1 contratto
HEALTHY COLOR	2 contratti precedenti
HEINEKEN BEERS & BAR	1 contratto precedente
HELBIZ ♦ ROMA	1 contratto
HEKFANCHAI	3 contratti precedenti
I LOVE POKÈ ♦ CC MOLINETTO (MAZZANO, BRESCIA) ♦ CC GIOTTO (PADOVA) ♦ CC VICENZA ♦ CC CASAMASSIMA (BARI) ♦ CC GRANDE SUD (GIUGLIANO IN CAMPANIA, NAPOLI) ♦ CC VENARIA (TORINO) ♦ CC PORTE DI SASSARI ♦ CC OLBIA MARE ♦ CC LE ANCORE (PORTO S. ELPIDIO, FERMO) ♦ CC PORTE DI PESCARA ♦ CC VULCANO BUONO (NAPOLI) ♦ CC ETNAPOLIS (CATANIA) ♦ ORIO AL SERIO AIRPORT (BG)	14 contratti
IL VERO CAFFÈ DEL PROFESSORE	1 contratto precedente
ILLYCAFFÈ	2 contratti precedenti
IPER LA GRANDE I	1 contratto precedente
JOYLAB	1 contratto precedente
KEBHOUZE ♦ CORSO BUENOS AIRES, MILANO ♦ VIA PAOLO SARPI, MILANO ♦ PORTA GENOVA, MILANO ♦ CENTRO COMMERCIALE EUROMA2, ROMA ♦ VIA OSTIENSE, ROMA	5 contratti
KFC	12 contratti precedenti
LA CANNOLERIA SICILIANA	1 contratto precedente
LA PIADINERIA	17 contratti precedenti
LA PINA	1 contratto precedente
LOWENGRUBE	1 contratto precedente
LUCA GUELFI GROUP	1 contratto precedente
MCDONALD'S	3 contratti precedenti
MI'NDUJO	1 contratto precedente
MAMMAMIA GELATO ITALIANO	1 contratto precedente
MCDONALD'S	2 contratti precedenti
MILANO CENTRALE	1 contratto precedente
MAYBU MARGARITAS Y BURRITOS	1 contratto precedente
NONNA TITTI	1 contratto precedente
OLD WILD WEST	2 contratti precedenti
PACIFIK POKE	2 contratti precedenti
PANE&TRITA	1 contratto precedente
PERCASSI	1 contratto precedente
PESCARIA ♦ TRENTO 1 contratto precedente	2 contratti
PESCATORUM ♦ MILANO	1 contratto
PIZZAUT	1 contratto precedente
PIZZA GANZA	1 contratto precedente
PIZZIUM	2 contratti precedenti
POKE HOUSE ♦ NAPOLI 4 contratti precedenti	5 contratti
PUNTO GRILL SERVICES	1 contratto precedente
ROADHOUSE	13 contratti precedenti
SCATURCHIO	1 contratto precedente
SUSHIKO	1 contratto precedente
TANNICO	1 contratto precedente
THE MEAT MARKET	1 contratto precedente
TOASTHOUSE	1 contratto precedente
VIVO	1 contratto precedente
WAVES FOOD&DRINKS	1 contratto precedente

Siti in Concessione

ALMA SRL	1 contratto precedente
AUTOGRILL	1 contratto precedente
CHEF EXPRESS	4 contratti precedenti
CIRFOOD	1 contratto precedente
PANELLA	2 contratti precedente
ROADHOUSE RESTAURANT	1 contratto precedente

Buoni pasto elettronici e card

DAY RISTOSERVICE	3 contratti precedenti
EDENRED ♦ SERVIZI ENERGIA AMBIENTE BOLZANO S.P.A. 11 contratti precedenti	12 contratti
YES TICKET SRL	1 contratto precedente

Vending

BONCI SRL	1 contratto precedente
STIMA SRL	1 contratto precedente
STIGMA SRL	1 contratto precedente
DOLOMATIC SRL	1 contratto precedente
OVDAMATIC SRL	1 contratto precedente
GRUPPO ARGENTA	1 contratto precedente

Contratti monitorati al 31 ottobre 2021

I Segmenti della ristorazione moderna	
Case di cura, cliniche, ospedali	23
Case di riposo, case protette, servizi assistenziali	49
Totale Ristorazione Collettiva	**72**
Forze armate e corpi militarizzati	9
Ristoranti aziendali ed interaziendali	11
Totale Ristorazione Collettiva Aziendale	**20**
Scuole private ed Università	20
Scuole pubbliche	157
Totale Ristorazione Scolastica	**177**
Esercizi urbani e centri commerciali	150
Esercizi in concessione	10
Totale Ristorazione Commerciale	**160**
Imprese e società private	0
Enti pubblici	0
Buoni pasto elettronici e card	16
Totale Buoni pasto	**16**
Vending	6
Totale contratti monitorati	**451**

Foto di Sam Moqadam su Unsplash

Società monitorate al 31 ottobre 2021

1	AL DENTE	
2	ALL FOOD	
3	ALICE PIZZA	
4	ALMA SRL	
5	ARMA SRL	
6	AUTOGRILL	
7	BERBERÈ	
8	BIORISTORO	
9	BONCI SRL	
10	BOTTEGA PROSECCO	
11	BURGER KING	
12	BURGEZ	
13	C.S.R. CONSORZIO SOCIALE ROMAGNOLO	
14	CAFFÈ PASCUCCI RISTORAZIONE	
15	CAFFÈ VERGNANO	
16	CAMST	
17	CHANGE FOOD	Ham Holy Burger
18	CHEF EXPRESS	Roadhouse Restaurant, Panella, Billy Tacos, Wagamama
19	CIMAS SRL	
20	CIGIERRE	Old wild West
21	CIRFOOD	
22	CLIPPER S.A.S.	
23	COMPASS GROUP	
24	COOPERATIVA DI LAVORO SOLIDARIETA' E LAVORO SCARL	
25	CORISAR SAS	
26	CUORI DI SFOGLIATELLA	
27	DAY RISTOSERVICE	
28	DEUTSCHORDENSSCHWESTERN PROVINZHAUS LANA	
29	DIAPASON SOCIETÀ COOP. SOCIALE	
30	DISPENSA EMILIA	
31	DOLOMATIC SRL	
32	DUSSMANN RISTOSERVICE	
33	EDENRED	
34	EURORISTORAZIONE	
35	FABBRO FOOD	
36	FELSINEA RISTORAZIONE	
37	FIVE GUYS	
38	FRESCO	
39	FUD BOTTEGA SICULA	
40	G.M.I. SERVIZI S.R.L.	
41	GEMOS SOC. COOP.	
42	GIAPPO	Giappoke
43	GLM RISTORAZIONE	
44	GLOBAL SERVICE	
45	GRA DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS	
46	GRUPPO ARGENTA	
47	GRUPPO CAPRI	Vàsame
48	GŪD MILANO	
	KEBHOUZE	
49	KLASS SERVICE	
50	HEINEKEN BEERS & BAR	
51	HEKFANCHAI	
52	IL VEROCAFFÈ DEL PROFESSORE	
53	IMPRESA RAG. PIETRO GUARNIERI - FIGLI S.R.L.	
54	INNOVA SPA	
55	ILLYCAFFÈ	
56	IPER LA GRANDE I	Le Terre, 27

57	ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI SRL	
58	JOYLAB	
59	L'ARTE DEL CATERING DI COLLOCA SIMONA & C. S.A.S.	
60	LABOR SOCIETÀ COOPERATIVA	
61	LA BOTTEGA DEL BUONGUSTAIO SAS	
62	LA CANNOLERIA SICILIANA	
63	LA CASCINA GLOBAL SERVICE	
64	LA MEDITERRANEA SOC. COOP.	
65	LA PESCHIERA SOC. COOPERATIVA	
66	LA PIADINERIA	
67	LA PINA	
68	LOWENGRUBE	
69	LUCA GUELFI GROUP	Dal Milanese
70	MADISON - PIZZA & RISTÒ	
71	MAMMAMIA GELATO ITALIANO	
72	MARKAS	
73	MAYBU MARGARITAS Y BURRITOS	
74	MCDONALD'S	
75	MEDIHOSPES COOP. SOCIALE ONLUS	
76	MI'NDUJO	
77	MISCUSI	
78	NONNA TITTI	
79	NOI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIAL	
80	OVDAMATIC SRL	
81	PACIFIK POKE	
82	PANACEA SRL	
83	PANELLA	
84	PANE&TRITA	The funny side of meat
85	PELLEGRINI GROUP	
86	POKE HOUSE	
87	POKERIA BY NIMA	
88	PUNTO GRILL SERVICES	
89	PUNTO RISTORAZIONE	
90	RISTORAZIONE OTTAVIAN	
91	ROADHOUSE	
92	ROSITA GALLETTO E BIRRA	
93	RICA SRL	
94	RIPIENE	
95	SCAMAR	
96	SCATURCHIO	
97	SERENISSIMA RISTORAZIONE	
98	SERIST	
99	SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE	
100	SIRIO	
101	SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE SRL	
102	SLEM SRL	
103	SODEXO ITALIA	
104	SOLARIA SOC. COOP. A R.L.	
105	SORICO SRL	
106	STIGMA SRL	
107	STIMA SRL	
108	SUSHIKO	
109	TANNICO	
110	TESTONE	
111	THE MEAT MARKET	
112	TOASTHOUSE	
113	TURIGEST SRL	
114	VIVENDA	
115	VIVO	
116	WAGAMAMA	
117	WAVES FOOD&DRINKS	
118	YES TICKET SRL	

And now it's posSILBLOCK

Silblock è la cucina professionale dall'inconfondibile design Made in Italy firmato **Silko**, che coniuga stile, modularità e prestazioni.
Silblock è costituita da un unico piano di cottura in acciaio inox senza giunzioni, che può essere costruito sfruttando le numerose combinazioni delle funzioni di cottura della gamma.
Un'altra caratteristica chiave è la modularità, condizione essenziale per creare un ambiente di lavoro che garantisca le massime prestazioni: i diversi moduli consentono infatti di operare in ottica multitasking e di cucinare contemporaneamente più pietanze.
La superficie di lavoro assicura invece la massima igiene e una maggiore efficacia nella pulizia.
Silblock può essere inoltre personalizzata adattandosi alle esigenze dello chef come se fosse cucita su misura:
il cruscotto, i fianchi e le porte possono essere colorati a piacimento, scegliendo tra molteplici finiture e coniugando la qualità costruttiva dei prodotti alla richiesta progettuale.
Per i clienti più esigenti Silko mette a disposizione delle macchine elettroniche caratterizzate da ***schermi touch screen*** che diventano dei veri centri di controllo digitali della cucina,
ma anche funzioni accessorie quali vani refrigerati e cassettoni riscaldati.

www.silko.it

SO URBAN, il futuro del food delivery sostenibile

SO URBAN by **ARCOROC** è la soluzione sostenibile per il food delivery.
Composta da recipienti in vetro sostenibili, riutilizzabili e restituibili, la gamma So Urban è appositamente concepita per la ristorazione, la vendita da asporto e la consegna, e risponde a ogni esigenza dall'antipasto al dessert. Oltre a essere realizzati in vetro, materiale durevole e riciclabile per natura, che preserva le proprietà organolettiche e garantisce la sicurezza sanitaria, i recipienti So Urban presentano numerosi vantaggi e offrono funzionalità pensate per i professionisti della ristorazione:

- Facile da pulire e asciugare, supporta 2.000 cicli di lavaggio
- I recipienti sono alleggeriti del 30%, rispetto a un articolo in vetro temperato della stessa capacità, per agevolarne l'utilizzo e il trasporto, anche con bicicletta
- I contenitori sono impilabili per ottimizzare il volume occupato e aumentare la durata d'utilizzo (rischio di rottura limitato)
- Le ciotole sono resistenti a urti meccanici e shock termici.

www.arc-intl.com

Un esclusivo packaging salvapizza per garantire la qualità anche nell'asporto

Gli Italiani a tavola sono esigenti soprattutto quando si tratta dell'amata pizza Per gli intenditori la pizza è quasi un culto, ma deve rispettare dei canoni ben precisi: per esempio, deve essere soffice e croccante al tempo stesso. Da anni **Cattel**, azienda veneta leader nella distribuzione di prodotti alimentari al canale Ho.Re.Ca. nel Nord Italia si prodiga per garantire pizze che possano soddisfare anche i palati più esigenti. Finora l'ha fatto attraverso la fornitura di ingredienti genuini e di prima qualità, ora Cattel eleva anche la pizza da asporto grazie all'innovativo cartone per pizza ***KEEPizza***: un contenitore salvapizza brevettato in grado di garantire pizze calde e croccanti più a lungo grazie alla presenza di una griglia forata che crea un'intercapedine tra il fondo della scatola e la griglia stessa su cui poggia la pizza, uno spazio in cui si concentra l'umidità responsabile dell'eccessivo ammorbidimento che spesso caratterizza le pizze consegnate a domicilio. . Con KEEPizza il vapore acqueo, più pesante, precipita verso il fondo del cartone e non resta a contatto con la pizza, che invece rimane calda e asciutta. Determinante anche la presenza di specifici fori sul coperchio che evitano che ingredienti particolarmente umidi, come il prosciutto cotto e i funghi, compromettano il risultato finale.

www.cattel.it

CATTEL
Qualità per il Gusto

Host21 in presenza e in virtual tour 3D

La bellissima sorpresa di tornare in presenza ha consentito a **Lotus Spa** un successo inatteso all'evento, rivelatosi interessante e utile per la numerosa partecipazione italiana e soprattutto estera.
L'affluenza allo stand è stata superiore alle aspettative ed ecco l'idea di dare una visibilità continuativa allo stand stesso grazie agli effetti e alle particolari riprese in 3D realizzate nello stand con la nuova tecnologia Matterport.
Nel sito Lotus Spa (**www.lotuscookers.it**) potete rivedere lo stand muovendovi virtualmente a 360 gradi e ottenendo tutti i dettagli informativi necessari soffermando il mouse sulle attrezzature esposte. Una tecnologia foto-realistica che consente un vero tour dal vivo dentro lo stand Host 2021. e in remoto.
Dal sistema WiFi Industria 4.0, alle nuova cucina "passante" 2WAYSLOTUS con il piano profondità 110 che consente bivalenza di spazio e di utilizzo, alla spettacolare monoblocco FREEBLOCK 5.0 che apre al futuro con la bivalenza di innovazione nelle prestazioni e la tradizione nella sartoriale affidabilità strutturale, Lotus Spa si presenta sempre di più come un'azienda a misura del cliente di oggi, un'azienda glocal, bivalente! Globale nella gamma di proposte e locale nella capacità di personalizzare qualsiasi richiesta e bisogno del cliente.

www.lotuscookers.it

I generatori di Lievito Madre GL firmati Esmach

Lievito madre pronto all'uso in qualsiasi momento della giornata senza dover sottostare alle classiche e rigorose operazioni di gestione. È ciò che garantiscono i **generatori di Lievito Madre GL firmati Esmach**. L'azienda presenterà i nuovi modelli a Sigep 2022.
La nuova gamma consente di gestire in modo sicuro il Lievito Madre da incorporare agli impasti in percentuale diversa a seconda del prodotto che si vuole ottenere.
Risparmio di tempo notevole, cicli programmabili e ripetibili e metodo di lavoro costante sono alcuni vantaggi. Il pane e in generale i lievitati da forno che si ottengono con l'utilizzo del Lievito Madre liquido sono di altissima qualità, freschi, genuini, senza conservanti o componenti artificiali, altamente digeribili, dal gusto e aroma particolari. La gamma GL va incontro alle esigenze dei professionisti coscienziosi che desiderano ottenere pane lievitato di qualità e gusto costanti, in condizioni igieniche irreprensibili. La gamma GL è declinata in 10 modelli divisi per taglia: MINI, MIDI, MAXI.

www.esmach.com

Keep Up, la nuova suite software firmata Custom

Sviluppata nel corso degli ultimi anni e perfezionata con l'esperienza maturata da **Custom** nel tempo e sul campo in oltre 76 paesi, integra tutte le risposte alle necessità del settore Ho.Re.Ca. emerse negli ultimi tempi: ristorante, delivery, take away e self-order. Una soluzione capace di catapultare e assimilare quei megatrend tecnologici attuali e futuri che stanno cambiando le esigenze e le prospettive del mercato Ho.re.ca.
Keep Up Suite è semplice, intuitiva, continuamente aggiornata e sempre connessa. Le licenze sono acquistabili da remoto su Custom4U, e includono release periodiche di nuove funzionalità progettate per restare al passo con nuove esigenze ed un mercato sempre più dinamico. È una soluzione in cloud che si installa e configura anche da remoto, ha un backup che mantiene i dati sempre in sicurezza, una linea di supporto dedicata e una gestione iper-flessibile delle licenze.
Gestire un ristorante oggi significa saper rispondere a numerose esigenze, quotidianamente differenti dettate da un mercato sempre più dinamico e imprevedibile. Keep Up Suite è lo strumento ideale per gestire la situazione ed essere operativi ed efficaci nel modo più immediato e completo. Quattro le tipologie di licenze studiate per soddisfare al meglio ogni tipologia di esercente.
Keep Up è la soluzione capace di diventare trendsetter del settore grazie alla più completa Suite software orientata al cliente, performante e iperconnessa, semplice e innovativa per gestire e soddisfare ogni richiesta del mercato Ho.re.ca sia lato esercente che cliente. La Suite prevede anche un supporto dedicato Custom 24H 7/7 oltre al portale Custom4U, dove acquistare e gestire le licenze in totale autonomia.

www.custom.biz

iVario Pro, qualità degli alimenti senza controllo né monitoraggio

iVario Pro è il sistema di cottura multifunzione di **RATIONAL** che sostituisce perfettamente tutti gli apparecchi di cottura tradizionali. Infatti, grazie alla sua straordinaria tecnologia e ai suoi tre "aiuto-cuochi" intelligenti che pensano e imparano, è possibile bollire, arrostire, friggere e cuocere a pressione.
iVarioBoost è un sistema di gestione integrato dell'energia che combina elementi riscaldanti in ceramica e fondo vasca reattivo e resistente ai graffi, permettendo elevata efficienza, velocità eccezionale e distribuzione uniforme del calore, con consumi decisamente ridotti rispetto agli apparecchi tradizionali. iCooking Suite è l'intelligenza di cottura che, imparando da te e dalle tue abitudini, adatta il percorso di cottura in base al singolo alimento e lo porta al risultato di cottura desiderato, chiamandoti solo quando è necessario il tuo intervento, per girare la bistecca ad esempio.
iZoneControl ti permette di suddividere il fondo della vasca in singole zone di cottura - fino a quattro - utilizzabili con temperature diverse e personalizzabili per dimensioni, posizione e forma. In un'unica vasca puoi preparare quindi gli stessi piatti o pietanze diverse, contemporaneamente o in tempi diversi, con la stessa temperatura o a temperature diverse. Puoi riscaldare solo la superficie di cui hai davvero bisogno, risparmiando energia e molte altre attrezzature da cucina. iVario soddisfa tutte le caratteristiche per accedere all'agevolazione Impresa 4.0: puoi richiedere quindi il credito d'imposta del 50% nel 2021 e 40% nel 2022.

www.rational-online.com

Poliboxbag®: consegne a domicilio in sicurezza

Mai come in questo momento il food delivery si presenta come la soluzione ideale per tutte quelle società di ristorazione che vogliono portare le proprie specialità direttamente a casa dei loro clienti.
Tutto questo ha creato negli ultimi mesi un crescente dibattito sul tema delle consegne in totale sicurezza, sia per i ristoratori che per il consumatore. L'attenzione degli operatori del settore è rivolta dunque alla qualità del pasto distribuito ma anche alla fase di trasporto dell'alimento, nel pieno rispetto delle norme igienico sanitarie e garantendo la qualità del prodotto preparato.
Gli studi sulla fase di trasporto degli alimenti hanno permesso ad **SDS-Polibox®** di realizzare e presentare sul mercato **Poliboxbag®**, una linea studiata per la consegna professionale in sicurezza di piatti pronti, pizze, sandwich, bevande e alimenti caldi o freddi.
Tutta la gamma è realizzata in Italia per offrire al cliente solo il massimo della qualità. È possibile scegliere tra le borse morbide o gli zaini termici e le dimensioni variano in base al numero di pizze o alla tipologia di alimenti da trasportare.

www.grupposds.it - www.polibox.com

Core, l'isola di cottura personalizzabile

Tecnoinox, produttore di soluzioni di cottura per la ristorazione professionale, ha presentato a HOST 2021 ***Core***, l'isola di cottura personalizzabile con piano unico e vani igienici.
Core ha un cuore modulare: fornisce la competenza, le performance e le certificazioni dei prodotti best-seller di Tecnoinox.
In più, viene progettata e realizzata per dare forma ai sogni del ristoratore. Tecnologia, design e flessibilità danno vita a combinazioni infinite e personalizzate di attrezzature, finiture inox, colori, per la realizzazione di una cucina unica, inimitabile, che porta il nome di chi l'immagina o del suo locale.
I vantaggi pratici vanno dall'aumentata facilità di installazione e manutenzione, grazie alla zoccolatura portante e a un unico punto di accesso per la gestione delle utenze, alla rapidità di pulizia, alle straordinarie possibilità estetiche. La robustezza è assicurata dal piano in acciaio AISI304 dello spessore di 3mm.
Inoltre, le apparecchiature inserite in *Core* possono essere agevolmente estratte per eventuali manutenzioni straordinarie o per la sostituzione, senza intaccare la struttura. L'ufficio layout di Tecnoinox progetta e preventiva ogni isola *Core* per i clienti finali.

www.tecnoinox.it

ALIMENTI SENZA GLUTINE

Dr Schär
Foodservice

Dr. Schär S.p.A.
Winkelau 9
39014 Burgstall (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293595
Fax +39 0473 293649
foodservice.it@drschaer.com
www.drschaer-foodservice.com

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE

Augusto S.r.l.
Centro direzionale Zipa
Viale dell'Industria, 5
60035 Jesi (AN)
Tel. + 39 0731 288021
Fax + 39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com

Costa Group
Via Valgraveglia Z.A.I.
19020 Riccò del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309
Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net
www.costagroup.net

Ifi S.p.A.
Strada Selva Grossa, 28/30
61010 Tavullia (PU)
Tel. 0721 20021
info@ifi.it – www.ifi.it

Spazio Futuro
Via Carlo Bazzi, 49
20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450
www.spaziofuturo.it

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM
Associazione Imprese
Grande Ristorazione
Multilocalizzate

AIGRIM
Sede Operativa
Viale Coni Zugna, 71
20144 Milano
Tel. +39 02 38292046
segreteria@aigrim.it
Sede Legale
Piazza G. G. Belli, 2 - 20153 Roma

Angem
Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537
Fax +39 02 76280761
info@angem.it
www.angem.it

ANSEB
Piazza Belli, 2
00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@anseb.com
www.anseb.it

CNCC
Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120
Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it

Efcem Italia
Via Matteo Bandello, 5
20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
efcemitalia@efcemitalia.it

FIPE
Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it

Legacoop
Via G.A. Guattani, 9 - 00161 Roma
Cell. + 39 329 0351621
Tel. + 39 06 84439300/521
legacoop.produzione-servizi.coop

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI

General Beverage S.r.l.
Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto - 54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305
Fax +39 0187 461368
numero verde: 800 850 900
info@iobevo.com - www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COLLETTIVA

Camst Group
Via Tosarelli, 318 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camstgroup.com

CIRFOOD
Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com - www.cirfood.com

Compass Group Italia S.p.A.
Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano
Tel. +39 02 480531
Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it

Dussmann Service S.r.l.
Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

Elior Ristorazione S.p.A.
Via Privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it

Gemeaz
elior

Gemeaz Elior S.p.A.
Via Privata Venezia Giulia, 5/A 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
infogemeaz@gemeaz.it
www.gemeaz.it

I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.
Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Ponzio
80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmspa.com
www.ifmspa.com

Markas S.r.l.
Via Macello, 61
39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
it@markas.com
www.markas.com

Pellegrini S.p.A.
Via Lorenteggio, 255
20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1
Fax +39 02 89125922
www.gruppopellegrini.it

Serenissima Ristorazione S.p.A.
Via della Scienza, 26/A
36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400
Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it
www.grupposerenissima.it

Sodexo Italia S.p.A.
Via Fratelli Gracchi, 36
20092 Cinisello Balsamo (MI)
Tel. +39 02 69684.1
Fax +39 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE IN CONCESSIONE

Autogrill S.p.A.
Centro Direzionale Milanofiori Strada 5, Palazzo Z
20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com

Burger King Restaurants Italia S.r.l.
Strada 1, Palazzo F4
Milanofiori - 20090 Assago (MI)
Tel. +39 02 32061235
franchising@burgerking.it
www.burgerking.it

Chef Express S.p.A.
Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711
Fax +39 059 754700

Sede di Roma:
Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711
Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it

CIRFOOD RETAIL
Via Nobel, 19
42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com
www.cirfood.com

MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.
Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 – Blu Building – Ala 3 – 2° floor
20153 Milano
Tel. +39 02 3909951
Fax +39 02 3552234
info.italia@areas.com
www.it.areas.com

Roadhouse Grill Italia S.r.l.
Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811
Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it

SIRIO
LA TUA STELLA

Sirio S.p.A.
Via Filippo Re, 43-45
48124 Fornace Zarattini (RA)
Tel. +39 0544 502414
Fax. +39 0544 502488
info@siriobar.it - www.siriobar.it

BUONI PASTO

BluBe
Piazza Adriano Olivetti, 3
20139 Milano
Tel. +39 02 3454191
Fax +39 02 34541955
www.blube.it

Yes Ticket S.r.l.
Sede legale:
Via Quintino Sella, 3
20121 Milano

Sede operativa:
Via Ippolito Rosellini, 12
20124 Milano
Tel. +39 02 87178975
Fax +39 02 21115319
clienti@yes-ticket.it - www.yes-ticket.it

Ticket Restaurant
Edenred Italia S.r.l.
Via Giovanni Battista Pirelli, 18
20124 Milano
Tel. +39 02 269041
www.ticketrestaurant.it

CARRELLI TERMICI

rational PRODUCTION

Rational Production S.r.l.
Via L. Galvani, 7/H
24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203
Fax +39 035 4521983
info@rationalproduction.com
www.rationalproduction.com

CENTRALI D'ACQUISTO

Dac S.p.A.
Via G. Marconi, 15
25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211
Fax +39 030 2568340
info@gruppodac.eu
www.gruppodac.eu

Marr S.p.A.
Via Spagna, 20
47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111
Fax +39 0541 742422
www.marr.it

METRO

METRO Italia Cash and Carry S.p.A.
Via XXV Aprile, 25
20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808
Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it
www.metro.it

CONSULENZE

Progetta sc
Via Lodovico il Moro, 159
20142 Milano
Tel. +39 02 89122357
Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it
www.progetta.mi.it

CONTENITORI E PIATTI IN ALLUMINIO

CONTITAL®

Contital S.r.l.
Via Appia km 192.358
81052 Pignataro Maggiore (CE) – Italia
Tel +39 0823 873-111
sales@contital.com
www.contital.com

CUCINE PROFESSIONALI

Ali Group S.r.l.
Via Gobetti 2a - Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio (MI)
Tel. +39 02 921991 - Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it - www.aligroup.it

Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.
s/s Romana Sud, 90 - 41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411 - Fax +39 059 642499
www.angelopo.it

Electrolux Professional S.p.A.
V.le Treviso, 15
33170 Pordenone
Tel. +39 0434 380854
Fax +39 0434 385854
www.electroluxprofessional.com

IRINOX
The Freshness Company®

Irinox S.p.A.
Via Madonna di Loreto, 6/B
31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844
Fax +39 0438 5843
irinox@irinox.com
www.irinox.com

ITALIAN CULINARY ART

Lotus S.p.A.
Food Catering Equipment
Via Calmaor, 46 - 31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020 - Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it - www.lotuscookers.it
LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

DETERGENZA E DISINFEZIONE

Allegrini S.p.A.
Vicolo Salvo D'Acquisto, 2 - 24050 Grassobbio (BG)
Tel. + 39 035 4242111 - Fax + 39 035 526588
info@allegrini.com - www.allegrini.com

EQUIPMENT

Robot Coupe Italia S.r.l.
Via Stelloni Levante, 24/a - 40012 Calderara di Reno (BO)
Tel. +39 051 726 810 - www.robot-coupe.it

FOOD & BEVERAGE

Barilla FoodService
Soluzioni ristorative
Via Mantova, 166 - 43122 Parma
Numero verde 800388288 - www.barillafoodservice.it

L'ORTOFRUTTA FRESCA PER LA RISTORAZIONE ITALIANA
Conor S.r.l.
Via delle viti 5 - 40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111 - Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it - www.conorsrl.it

Cupiello
Riviera di Chiaia, 215 - 80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081 400816 - Fax +39 081 419059
gestioneclienti@fresystem.com - www.cupiello.com

General Fruit S.r.l.
Via Torquato Tasso, 8/10 - 24060 Credaro (BG)
Tel. + 39 035927030
www.generalfruit.com

INALCA S.p.A.
Via Spilamberto, 30/c - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111 - Fax +39 059 755517
info@inalca.it

OROGEL S.p.A.
Via Dismano, 2600 - 47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771 - Fax +39 0547 377016
www.orogel.it - info@orogel.it

PRODUTTRICE DI PASTA FRESCA SURGELATA, SUGHI SURGELATI E PIATTI PRONTI SURGELATI

Surgital S.p.A.
Via Bastia, 16/1 - 48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328 - Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it
www.surgital.com

FORNI

LAINOX Ali Group S.r.l.
Via Schiaparelli, 15 Z.I. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110
Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it - www.lainox.it

Rational Italia S.r.l.
Via Impastato, 22 - 30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050
Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it - www.rational-online.com

FORNITURE PER RISTORAZIONE

Five Services
Via G. Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com
www.fiveservices.com

Metaltecnica Produzioni S.r.l.
Via Rossini, 26
47814 Bellaria (RN)
Tel. 0541 347852
Fax 0541 347660
www.metaltecnica.com
info@metaltecnica.com

S.D.S. Società di Distribuzione & Servizi S.r.l.
Via Campo dei Fiori, 13 - 20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200 - Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it - www.grupposds.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI

Adriatica Oli S.r.l.
C.da Cavallino, 39 - 62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080 - Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoli.com - www.adriaticaoli.com

LAVAGGIO STOVIGLIE E PENTOLE

Comenda Ali Group S.r.l.
Via Galileo Galilei, 8 - 20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1 - Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu

Meiko Italia S.r.l.
Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind - 10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a. - Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it - www.meiko.it

NOLEGGIO POSATE

Clearkit
Via Giovanni Donghi, 8 - 20811 Cesano Maderno (MB)
Tel. 0362 687643
commerciale@clearkit.it - www.clearkit.it

SERVIZI INTEGRATI

Dussmann Service S.r.l.
Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SOFTWARE

Axios Informatica S.r.l.
Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546 - Fax +39 0424 586284
comunita@axios.it - www.axiosinformatica.it

Gamba Bruno S.p.A.
Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011 - Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it - www.gambabruno.it

Meal manager

Medimatica S.r.l. Unipersonale
Contrada San Giovanni, 75 - 64010 Colonnella (TE)
Tel. +39 0861 761931
info@mealmanager.it
www.mealmanager.it

Mytec S.r.l.
Sede operativa
Via Caravaggio 28/A - 20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 039 9466362
info@mytec.com
www.mytec.com

Ristocloud Group Srl
Via Risorgimento 20 - 37019 Peschiera del Garda (VR)
Tel. + 39 045 6402881
Fax +39 045 6402872
info@ristocloudgroup.com
www.ristocloudgroup.com

SERENISSIMA INFORMATICA

Serenissima Informatica SpA
Via Croce Rossa, 5 - 35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111
Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it - www.serinf.it

Zucchetti
Via Solferino, 1 - 26900 Lodi
Tel. +39 0371 594 2444
market@zucchetti.it
www.zucchetti.it

UN ANNO DI

GENNAIO/FEBBRAIO

MARZO

APRILE

MAGGIO

GIUGNO

RISTORANDO

LUGLIO/AGOSTO

SETTEMBRE

OTTOBRE

NOVEMBRE

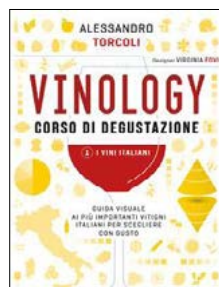
DICEMBRE

Osterie d'Italia 2022. Sussidiario del mangiarbere all'italiana

a cura di di Marco Bolasco e Eugenio Signoroni
Slow Food Editore
Euro 20,90

"Valori quali semplicità, calore nell'accoglienza, sguardo curioso verso il territorio sembrano essere diventati le parole d'ordine di tutta la ristorazione post pandemia. Le osterie, le trattorie, i ristoranti, gli agriturismi che raccontiamo nel "Sussidiario del mangiarbere all'italiana" ne sono, da sempre, eccellenti interpreti. Con gioia anche noi, come molti, siamo tornati a sederci a tavola per descrivervi al meglio questi locali, e abbiamo spostato l'uscita della guida un po' più in là proprio per testimoniare nel migliore dei modi uno stato di cose ancora in evoluzione. Le storie, le ricette e tutte le informazioni per raggiungere le osterie sono raccolte nell'edizione 2022, che torna a premiare con la Chiocciola i locali più validi dopo un anno di pausa. Inoltre tanti nuovi indirizzi, i simboli di sempre per i luoghi di ristoro più attenti al vino e al formaggio, le indicazioni su dove si può anche dormire, trovare un menù vegetariano, sostare nei pressi di un casello autostradale e tanto altro."

Vinology. Corso di degustazione 1. I vini italiani

di Alessandro Torcoli
BUR Biblioteca Univ. Rizzoli
Euro 18,00

"Degustare da appassionati, ma anche da professionisti, significa accostarsi al vino con un approccio che deve riconoscere la centralità del terroir, il rapporto unico che lega un vitigno alle caratteristiche del suolo in cui viene coltivato e a quelle climatiche della zona. Da questa impostazione nasce questo volume, dove l'Italia viene esplorata nelle sue innumerevoli tipicità: dall'Aglianico al Catarratto, dalla Glera al Montepulciano, dal Sagrantino al Timorasso, scopriamo gli stili dei vitigni insieme alle tipicità dei loro terreni, per poi immergerci nei vini qui raccontati, che da quei vitigni prendono vita. Impariamo a riconoscere nel dettaglio le loro caratteristiche sensoriali attraverso un'infografica smart e di immediata comprensione; scopriamo i colori, i profumi di testa, cuore e fondo, i sapori in ingresso, centro e finale e retrogusto di vini italiani celebri come il Roero Arneis, il Gutturnio, il Valpolicella, il Conegliano Valdobbiadene Prosecco, e di altri tutti da gustare come il Ghemme, il Salice salentino, il Taurasi, il Cesanese del Piglio. Con tante pillole sui territori, le percentuali di composizione delle uve, le descrizioni di Doc e Docg, questo manuale è un corso di degustazione e approfondimento del territorio vinicolo italiano unico nel suo genere, attraverso il quale saremo in grado di bere bene il nostro vino, e parlarne con autorevolezza."

markas

la nostra idea di ristorazione

I nostri servizi di ristorazione sono studiati per trasmettere il valore di una cucina sana ed equilibrata. Gestiamo più di 150 cucine in tutta Italia e serviamo oltre 120.000 pasti ogni giorno, offrendo a migliaia di persone una pausa pranzo di qualità e ponendo la massima attenzione alle singole esigenze alimentari dei nostri clienti.

6.900 ingredienti per assicurare qualità e varietà dei menù

Più di 4.000 diete speciali distribuite ogni giorno

7 certificazioni in ambito food

markas.com